



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**CARRERA: INGENIERÍA EN MARKETING**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO: Proyecto de Investigación**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN MARKETING**

### **TEMA:**

**ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE  
LECHE DE GANADO VACUNO EN UNIDADES PRODUCTIVAS  
EN EL CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN  
EL PERIODO 2017.**

### **AUTORAS:**

**GENESIS VANESSA OJEDA PAZMIÑO**

**DENISSE PAMELA HINOJOSA VALVERDE**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2017**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing, ha sido desarrollado por las señoritas GENESIS VANESSA OJEDA PAZMIÑO y DENNISSE PAMELA HINOJOSA VALVERDE, quienes han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....  
Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón  
DIRECTORA

.....  
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango  
MIEMBRO

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Nosotras: GENESIS VANESSA OJEDA PAZMIÑO y DENISSE PAMELA HINOJOSA VALVERDE, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos contantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 22 de Noviembre del 2017

.....

Génesis Vanessa Ojeda Pazmiño

C.C:060399657-0

.....

Denisse Pamela Hinojosa Valverde

C.C:092781116-6

## DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mis padres Marcelo Ojeda y Janeth Pazmiño por confiar en mí, a mi esposo Mario Yépez y a mi hijo Aarón Yépez, y a toda mi familia en general, que han sido de apoyo y los que me han dado la fuerza y la perseverancia de alcanzar con el sueño que empecé hace 5 años atrás y que ahora se consume.

*Génesis Vanessa Ojeda Pazmiño.*

Esta tesis va dedicada a mi hija Kiara Carabalí Hinojosa porque ha sido mi inspiración para llegar hasta donde estoy y seguir esforzándome cada día más, a mis padres Mari Valverde y Yandrih Hinojosa ya que ellos me han apoyado día a día para lograr mis metas a mis hermanos, tíos, primos y toda mi familia que con su ayuda en muchas ocasiones me permitieron liberarme de obstáculos a mis amigos que de una u otra manera me brindaron su ayuda sincera y desinteresada, esta tesis también me la dedico ya que mi empeño, perseverancia a pesar de que en muchas ocasiones quise rendirme pudieron más y me han permitido luego de muchas caídas y derrotas estar donde estoy y poder tener la satisfacción de decir lo logré el camino fue difícil pero no imposible y a pesar de tener una hija en el transcurso de mi vida estudiantil pude cumplir con mi meta.

*Denisse Pamela Hinojosa Valverde.*

## AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios quien es el centro de mi vida, y el que ha guiado cada paso y decisión que he dado, a mis padres por siempre darme su apoyo incondicional, a mi hermano que también está cursando sus últimos años de estudios en el colegio y al cual le quiero decir que todo es posible cuando das lo mejor de ti en todo lo que haces y por supuesto darle el mejor ejemplo.

También quiero dar gracias a mi esposo por la paciencia y el apoyo que me ha brindado para cumplir mi sueño de ser una profesional, a mi hijo que es mi fortaleza para no rendirme. Y finalmente a mi compañera de tesis, que también es mi amiga, y que, aunque entablamos una relación en los últimos semestres de nuestra carrera, me ha demostrado una amistad sincera e incondicional y que ha demostrado ser una persona responsable y dedicada en todo lo que hacíamos para cumplir con nuestra meta.

*Génesis Vanessa Ojeda Pazmiño*

Quiero empezar agradeciendo a Dios porque sin él no estaría hoy aquí, agradecer a mis padres porque a pesar de mis errores siempre han estado allí conmigo en las buenas y malas, a todas las personas que han puesto su granito de arena para que yo pueda llegar a mi meta.

Quiero agradecer a mi compañera de tesis por ser tan paciente por ayudarme cuando necesitaba una mano amiga y anqué en el camino de la elaboración de esta tesis hubo discrepancias que solo fueron pruebas que nos puso la vida y que gracias a Dios ambas logramos superar y nos permitió enfocarnos en nuestra meta realizar nuestro trabajo de tesis sin perder la amistad y demostrara que una tesis se puede realizar entre dos personas sin ningún problema., Y por último quiero agradecer a esas personas que decían jamás lograría llegar a mi meta muchas gracias porque me han permitido demostrarle que con constancia y empeño todo se puede y que sus comentarios negativos me hicieron luchar cada día más.

*Denisse Pamela Hinojosa Valverde.*

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice general .....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de gráficos .....	x
Índice de figuras .....	xi
Índice de anexos .....	xi
Resumen .....	xii
Abstract .....	xiii
Introducción .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA .....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1 Formulación del Problema .....	5
1.1.2 Delimitación del problema .....	5
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	5
1.3 OBJETIVOS .....	7
1.3.1 Objetivo General .....	7
1.3.2 Objetivos Específicos .....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	8
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	8
2.1.2 Fundamentación Legal .....	10
2.2 MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES .....	12
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	13
2.3.1 Mercado .....	13
2.3.2 Estudio de mercado .....	13
2.3.2.1 El Proceso del Estudio de Mercado: .....	14
2.3.2.2 Comercialización .....	15

2.3.2.3	Características de comercialización.....	16
2.3.2.4	Canales de Distribución.....	16
2.3.3	Las cadenas de suministro y abastecimiento.....	17
2.3.3.1	La Cadena de Suministro.....	17
2.3.3.2	La Cadena de Abastecimiento.....	18
2.4	MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.4.1	Análisis de la Demanda.....	22
2.4.2	Análisis de las Ventas.....	22
2.4.3	Análisis de los Consumidores.....	23
2.5	HIPOTESIS O IDEA A DEFENDER.....	26
2.6	VARIABLES.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.6.1	Variable independiente.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.6.2	Variable dependiente.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	27
3.1	MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	29
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	31
3.4.1	Métodos.....	31
3.4.2	Técnicas.....	32
3.3.1.	Instrumentos.....	33
3.4.3	Resultados de la encuesta dirigida a los productores de leche del cantón Chambo.....	34
3.5	ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO.....	50
3.6	ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN.....	53
3.7	ANÁLISIS GENERAL.....	55
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	56
4.1	TÍTULO.....	56
4.2	UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	56
4.3	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	60
4.3.1	Datos básicos de la asociación.....	61
4.3.2	Junta directiva.....	61
4.3.3	Beneficiarios.....	61
4.3.4	Misión.....	62

4.3.5	Visión .....	62
4.3.6	Análisis macro ambiental. ....	62
4.3.6.1	Factor Económico .....	62
4.3.6.2	Factor Político.....	63
4.3.6.3	Factor Tecnológico .....	63
4.3.6.4	Factor Social .....	63
4.3.6.5	Factor Ambiental .....	64
4.3.7	Leyes y regulaciones .....	64
4.3.7.1	Entorno Económico .....	64
4.3.7.2	Entorno Tecnológico.....	64
4.3.7.3	Entorno del Gobierno.....	65
4.3.7.4	Análisis micro ambiente .....	65
4.3.7.5	Extracción de leche:.....	65
4.3.7.6	Entrega al Distribuidor.....	67
4.3.7.7	Buenas prácticas ganaderas .....	68
4.3.7.8	Alimentación del ganado .....	68
4.3.7.9	Instalaciones y equipo.....	69
4.3.7.10	Finca lechera .....	69
4.3.7.11	Orientación.....	69
4.3.7.12	Corrales .....	70
4.3.7.13	Cuarto de leche .....	70
4.3.7.14	Ordeñadero.....	70
	CONCLUSIONES .....	75
	RECOMENDACIONES.....	77
	BIBLIOGRAFÍA .....	79
	ANEXOS .....	81



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Composición Química de la Leche.....	19
Tabla 2: Aporte Nutricional.....	20
Tabla 3: Minerales .....	21
Tabla 4: Presentación de datos muestrales .....	30
Tabla 5: Cálculo del tamaño de la muestra.....	30
Tabla 6: Edad de los encuestados .....	34
Tabla 7: Género .....	35
Tabla 8: Modo de reproducción.....	36
Tabla 9: Tipo de ordeño.....	37
Tabla 10: Producción de leche diaria.....	38
Tabla 11: Evolución de precios de los proveedores .....	39
Tabla 12: Estabilidad en el suministro de los proveedores.....	40
Tabla 13: Calidad en el producto .....	41
Tabla 14: Localización.....	42
Tabla 15: Evaluación en el precio del Distribuidor .....	43
Tabla 16: Cumplimiento de recolección .....	44
Tabla 17: Confianza.....	45
Tabla 18: Requisitos de calidad .....	46
Tabla 19: Tipos de calidad.....	47
Tabla 20: Medida de calidad.....	48
Tabla 21: Beneficio para mejorar la producción .....	49
Tabla 22: Tipos de beneficios .....	49
Tabla 25: Razas y número de cabezas de ganado .....	50
Tabla 26: Calidad de transportación .....	51
Tabla 27: Costo de producción .....	52
Tabla 28: Destino de la leche.....	53
Tabla 29: Costo de Comercialización .....	54
Tabla 30: Fijación del precio .....	54
Tabla 23: Producción de leche provincial.....	57
Tabla 24: Análisis FODA .....	58

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad .....	34
Gráfico 2: Género .....	35
Gráfico 3: Modo de reproducción.....	36
Gráfico 4: Tipo de ordeño.....	37
Gráfico 5: Litros de leche diaria .....	38
Gráfico 6: Evaluación de precios de los proveedores.....	39
Gráfico 7: Estabilidad en el suministro de los proveedores.....	40
Gráfico 8: Calidad en el producto.....	41
Gráfico 9: Localización .....	42
Gráfico 10: Evaluación en el precio del Distribuidor .....	43
Gráfico 11: Cumplimiento de recolección.....	44
Gráfico 12: Confianza.....	45
Gráfico 13: Requisitos de calidad .....	46
Gráfico 14: Requisitos de calidad .....	47
Gráfico 15: Medidas de calidad .....	48
Gráfico 16: Beneficios para mejorar la producción.....	49
Gráfico 17: Razas y número de cabezas de ganado.....	50
Gráfico 18: Calidad de Transportación.....	51
Gráfico 19: Destino de la leche.....	53
Gráfico 20: Fijación del precio .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cadena de Suministros .....	18
Figura 2: Organigrama de la Asociación .....	61
Figura 3: Extracción de leche .....	66
Figura 4: Extracción de leche .....	66
Figura 5: Extracción de leche .....	67
Figura 6: Entrega al quesero .....	67

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta .....	81
Anexo 2: Fotos.....	84

## RESUMEN

El estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas del Cantón Chambo provincia de Chimborazo, tiene como finalidad, diagnosticar la situación actual de los productores de leche y encontrar de esta manera las falencias que existen y poder combatirlas. Mediante las respectivas encuestas realizadas a los productores de leche, la entrevista a una de las técnicas del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) y en conjunto con el análisis FODA, se pudo encontrar, que el mantenimiento del ganado y la calidad de la leche no es la adecuada para una correcta comercialización porque carecen de ciertas tecnologías para el proceso de ordeño, muchos de los productores omiten el uso de algunos productos e insumos que pueden ayudar mejorar la crianza y cuidado de su ganado, el cual genera un producto de calidad y por ende un aumento en el pago que reciben por parte de los queseros, en la mayoría de los casos el pago que reciben los productores no justifica el costo de producción. Por lo que se presenta la presente propuesta la misma que contiene la creación de una Asociación de Productores en conjunto con el proyecto presentado por el MAG de la creación de un Centro de Acopio que se implementará en Guayllabamba que ayudará a mejorar la economía de los productores y así mismo la calidad de leche destinada a la venta. Finalmente se puede decir que si hay una colaboración por parte de los productores y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), se podrá cumplir con el objetivo planteado y mejorar la vida de los productores y la del Cantón.

**Palabras Claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>  
<COMERCIALIZACIÓN> <MARKETING MIX> <CADENA DE SUMINISTROS>  
<UNIDADES PRODUCTIVAS> <GANADERÍA> <CENTRO DE ACOPIO>  
<CHAMBO (CANTÓN)>

.....  
Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón  
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## **ABSTRACT**

The study of supply and commercialization of cattle milk in productive units of the canton Chambo, Province of Chimborazo, has as purpose, to diagnose the current situation of the milk producers and to find in this way the flaws that exists and to be able to fight them. Through the respective surveys made to the milk producers, the interview with one of the techniques of the MAG (Ministry of Agriculture and Livestock) and, in conjunction with the analysis FODA, it could be found, that the maintenance of the cattle and the quality of the milk is not The appropriate for proper marketing because they lack certain technologies for the milking process, much of the producers omit the use of some products and inputs that can help to improve the breeding and care of their livestock, which generates a product of Quality and thus an increase in the payment they receive from the cheese-makers, in most cases of the payment that the producers receive does not justify the cost of production. For this reason, is presented the present proposal, the same one that contains the creation of an association of producers in conjunction with the project presented by the MAG of the creation of a collection center that will be implemented in Guayabamba will help to improve the economy of the producers and also the quality of milk destined for sale. Finally, it can be said that if there is collaboration by the producers and the Ministry of Agriculture and Livestock (MAG), it will be possible to fulfil the objective raised and to improve life of the producers and the canton.

**KEYWORDS:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>  
<MARKETING> <MARKETING MIX> < SUPPLY CHAIN> <PRODUCTIVE  
UNITS> < LIVESTOCK> <COLLECTION CENTER,> <CHAMBO (CANTON)>

## INTRODUCCIÓN

La presente etapa que viven los productores de leche del Cantón Chambo, debido a la competitividad empresarial, a la globalización, situación económica, social y política, hace necesario que se hallen alertas a todas sus situaciones exógenas que cambian de forma permanente.

Herramientas como el estudio de mercado, las estrategias, las tácticas, ayudan a mantenerse en el mercado y la peripecia de superarse constantemente.

El actual trabajo de indagación titulado estudio de abastecimiento y comercialización de leche en unidades productivas del Cantón Chambo, se basó primero en estudiar la comercialización que realizan los productores de leche saber cuánto comercializan, como lo hacen; y por otro lado al abastecimiento, quienes son sus clientes actuales, quienes son sus proveedores de las materias básicas utilizadas para la alimentación del ganado, como pueden ofrecer a sus consumidores una leche de calidad, y la ayuda técnica reciben y de parte de quien.

Ya realizado el proyecto de investigación se encontró importantes falencias que afectan tanto a los productores de leche como a sus clientes, por lo que se presentó una propuesta, la misma que contiene la creación de una Asociación de Productores con el fin de que ellos sean los principales beneficiarios, ya sea hacia su economía como para el producto brindado a los consumidores.

Por tanto, en su parte estructural la presente indagación se ha fraccionado en cuatro capítulos, detallados de la subsiguiente manera.

**El Capítulo I:** Contiene el análisis del problema, el planteamiento, su formulación y delimitación, así como la justificación y objetivos.

**En el Capítulo II:** Se despliega el marco teórico, que contiene los antecedentes investigativos y el marco conceptual, mediante el cual se basó el estudio respectivo. Además, se examinó la idea a defender y las variables de estudio.

**El capítulo III:** Permitió conocer el marco metodológico, en donde se abordaron las modalidades y tipos de investigación, la población y muestra, adicional se revisó los técnicas, métodos e instrumentos. Se concluyó con los resultados tanto de la encuesta dirigida a los productores como también de la entrevista dirigida a las técnicas del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) del cantón Chambo.

**En el capítulo IV:** Marco propositivo, se presenta el contenido del estudio de abastecimiento y comercialización de leche en unidades productivas del Cantón Chambo, que se obtuvo tanto de las encuestas además de lo observado en la investigación de campo.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El sector lácteo, tiene una tradicional categoría en la elaboración Agropecuaria y Agroindustria del País. La ganadería vacuna, es la segunda actividad más importante en el sector agropecuario, con el 11.5% de la producción (VP), mientras que la producción de leche pasteuriza y evaporada contribuyen con el 20% al VP Agroindustrial. Los productos lácticos forman parte de la canasta básica familiar, representando el 3.4%. La leche con sus condiciones nutritivas, es el alimento ideal, para el progreso humano y para luchar la desnutrición infantil.

Chambo "La Señora Del Agro", se ubica a 8 Km. de la ciudad de Riobamba, capital de la Provincia de Chimborazo, a las faldas de los Montes Quilimás y Cubillínes de la Cordillera Oriental. Su altitud va desde los 2.400 a 4.730 m.s.n.m., abarca tres tipos de climas: templado sub-andino, frío andino y glacial. Las características climáticas, geográficas y de tipo de suelo, posibilitan una gran variedad de producción agrícola, es la principal fuente económica de la población, es proveedora de alimentos para el país, podemos encontrar variedad de cultivos como: cebolla blanca, colorada, remolacha, lechuga, zanahoria, brócoli, col, coliflor, cilantro, fréjol, tomate riñón y de árbol. La producción pecuaria se basa especialmente en la producción de leche y cárnicos. La fabricación de ladrillos es otro de los potenciales del cantón como otra fuente importante de ingresos, además de ser uno de los productos más importantes para la construcción. Chambo limita al norte, con la quebrada de Puchulcahuán; al sur, el río Daldal, afluente del río Chambo, y las parroquias Púnjala y Licto del cantón Riobamba; al este, la Provincia de Morona Santiago que se halla al otro lado de la cordillera central de los Andes; oeste, el río Chambo, parroquia San Luis y Licto; y al noroeste, con el Cantón Riobamba.

En el Cantón Chambo la producción láctica se ha caracterizado, por la presencia de pequeños productores, que han encontrado en la producción de leche una alternativa válida para persistir y mejorar su situación económica.



Los pequeños productores de leche del Cantón Chambo Provincia de Chimborazo, presentan en la actualidad un gran problema con respecto a la comercialización y abastecimiento de leche esto se debe a la falta de preocupación en implementar estrategias de marketing, distribución, publicidad y precios que logren dar a conocer el producto de una manera adecuada y permita introducirlo dentro del mercado. Con respecto a la producción de lácteos del Cantón Chambo no cuentan con un centro de acopio que genere una correcta elaboración donde exista una estrecha integración entre la producción de la materia prima (leche) y las compañías fabricantes de quesos (Queserías). En estos últimos los sistemas de fabricación conciernen a procesos tradicionales basados en conocimientos transmitidos de generación en generación. La producción de leche, como el de cualquier otro producto alimenticio, debe utilizar materias primas seguras y ser manufacturado de acuerdo a un método de aseguramiento de calidad. Las exigencias de los mercados y la toma de conciencia de sus derechos por parte de los consumidores, obligan a las empresas dedicadas a la elaboración de alimentos a enfrentar escenarios cada día más competitivos.

El estudio que se realizará pretende favorecer con una ofrecimiento de desarrollo para la cadena productiva de leche que permita obtener un diagnóstico que analice e identifique las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que dificultan a esta actividad comercial , tratando de lograr el consenso de los actores integrantes de la cadena productiva , que permita elevar la calidad de vida de manera equitativa, justa y sustentable de la localidad que se dedica a este trabajo con la finalidad de lograr el Sumak kawsay (Buen Vivir).

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Qué elementos afectan al abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en las unidades productivas en el Cantón Chambo provincia de Chimborazo que limitan su adecuado desempeño?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

La presente investigación se desarrollará en el Cantón Chambo, provincia de Chimborazo, en el periodo 2017.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Este estudio de comercialización es una herramienta de trabajo que servirá como punto de partida para el desarrollo empresarial de los productores de leche del Cantón Chambo.

El cargo de ventas desde su enfoque en el desarrollo del producto, hacia una perspectiva que enfatiza el establecimiento de relaciones con el cliente y una oferta de soluciones, que sugieren al consumidor. Es por ello que una de las principales preocupaciones de toda empresa, es enfrentarse a la competencia, por medio de la venta de sus productos y servicios.

Esto se ha visto fortalecido, por las exigencias cada vez más fuertes de los consumidores, por comprar productos de mayor calidad y a precios competitivos.

Mediante el estudio se analizará los diferentes elementos relacionados con las actividades que se llevan a cabo dentro de una planta procesadora de leche, identificar los productos que se procesaran y establecer un método de abastecimiento y el proceso de comercialización que se llevará a cabo para su venta.

Con el presente estudio, se pretende aprovechar al máximo la facilidad que brinda el sector productivo, al momento de comercializar sus productos, obteniendo mayor calidad y niveles de servicio en menores tiempos de distribución e identificando las categorías que definen estos niveles de competitividad.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los productores de leche del Cantón Chambo, ya que ellos producirán y comercializarán de acuerdo a ciertos procesos en los cuales se destaca la planificación, organización y la ejecución y la elaboración del mismo, como también la promoción y distribución de leche en unidades productivas, con el objetivo de establecer intercambios que satisfagan las necesidades.

Los beneficiarios indirectos serán los consumidores ya que tendrán accesibilidad a este producto a precios justos y de buena calidad.

En definitiva, la implementación de este estudio de Comercialización de leche en unidades productivas, en lo referente a promoción comercialización, distribución y posicionamiento del producto en el mercado, ayudará a mejorar la economía de los productores y proveedores de leche del Cantón Chambo

Esta investigación ayudará a desarrollar, y mejorar la interacción que existe en la comercialización y abastecimiento de leche, establecer los posibles mecanismos y estrategias más eficientes para que estos lleguen oportunamente al consumidor que se pague un precio justo por el producto, para incrementar el volumen de ventas y satisfacer las necesidades de los clientes con un producto de calidad.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Estudiar el abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas del Cantón Chambo provincia de Chimborazo periodo 2017.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

- Diagnosticar la situación actual del abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno del Cantón Chambo
- Presentar el resultado del estudio de abastecimiento y comercialización de leche en unidades productivas del Cantón Chambo, provincia de Chimborazo.
- Desarrollar una propuesta que genere mejoras a las falencias encontradas en el estudio de abastecimiento y comercialización de leche en unidades productivas del Cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 2.1.1 Antecedentes Históricos.

Luego de la búsqueda de fuentes bibliográficas referentes al objeto de estudio, se presentan los siguientes antecedentes investigativos:

Gonzales, A; Paguay, J,(2012) . *Plan Estratégico de Marketing para la comercialización de leche pasteurizada ALPURA* (Tesis de Grado). Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Guayaquil.

“LACTO con su producto ALPURA, tiene gran oportunidad de posicionarse en toda la Zona Urbana de Guayaquil, debido a que el estudio de la demanda global revelo que el 74.33% de la población encuestada estaría de acuerdo en adquirir un nuevo producto, además la presentación del producto que más consumo se da en esta zona es en funda de un litro lo que sería una gran ventaja para ALPURA puesto que ingresara al mercado con esta presentación”.

“La empresa cuenta con planes de desarrollo en todos los ámbitos para el crecimiento y fortalecimiento de la misma con la finalidad de posicionarse a pesar de la gran competencia que existe en la actualidad en el mercado”.

Bermeo, M (2014). *Diseño de un Plan Estratégico de Marketing para la empresa de lácteos pasteurizadora TANILACT ubicada en la parroquia Tanicuchi cantón Latacunga provincia de Cotopaxi* (Tesis de Grado). Escuela Superior Politécnica del Ejército, Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio. Cotopaxi.

En sus principales conclusiones manifiesta que “Se diseñó un Plan Estratégico de Marketing en el que se desarrolló estrategias que fortalecerá la toma de decisiones en

cuanto a la orientación hacia el mercado meta, lo que conllevará a ganar el posicionamiento de la marca, en la provincia de Cotopaxi”.

Sánchez, M (2012). *El Plan de Marketing incide en la gestión de ventas de la empresa productos lácteos Pillaro PROLACPI*. Universidad Técnica de Ambato facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

Se concluye que:

“El posicionamiento de los productos lácteos a nivel local y provincial como nacional, es bastante significativo, por lo que con un buen manejo de promoción y publicidad de las variedades de productos lácteos que la empresa posee, se podrá incrementar en la gestión de ventas deseado por parte de la empresa”.

Olmedo, V (2012). *La Planificación Estratégica*. Universidad Politécnica Salesiana, carrera de Ingeniería en Gerencia y Liderazgo. Quito.

“La Planificación Estratégica desarrollada dentro del proyecto propone mejorar la organización e institucionalidad, el incremento de la producción y productividad y el desarrollo de mercado. Se incluye en la propuesta un Plan Operativo Anual en el que se fijan metas e indicadores para en base al estudio de mercado crear a futuro un Plan de Marketing que permita fortalecer la marca y fortalecerla”.

Las investigaciones citadas se relacionan con el Estudio de Abastecimiento y Comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo en el periodo 2017.

Es de destacar que todos los estudios realizados y que fueron analizados anteriormente, indican que la realización de un Estudio de Abastecimiento y Comercialización, Ventas o de Marketing, contienen muchas estrategias del marketing mix, esto es referentes al producto y sus características, a la plaza o mercado, publicidad o promoción y los precios, que ayudan de manera importante a las empresas a mejorar su gestión comercial, así como al posicionamiento de los productos y la empresa en el mercado.

La participación activa de los productores agropecuarios tendrá un beneficio importante por cuanto recibirán mejores precios por la venta de sus productos.

### **2.1.2 Fundamentación Legal**

#### **Pasos para crear una empresa (Requisitos)**

(SUPERCOMPAÑIAS, 2015). Para crear o constituir una empresa en Ecuador es necesario contar con los siguientes requisitos:

- **Registro único de contribuyentes**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- Presentar el documento original del registro de la sociedad.
- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal. Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- El trámite para la obtención del Registro Único de Contribuyentes no tiene ningún costo monetario.

- **Patentes municipales**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la Municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.

- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.
- **De la obligación del Registro Sanitario**

**Art. 1.- OBLIGATORIEDAD DEL REGISTRO SANITARIO.**

Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, en adelante denominados productos, que se expendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente reglamento. Además, para el caso de productos naturales procesados de uso medicinal de los plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola se atenderán a las normas legales y reglamentarias que rigen la materia. El Registro Sanitario de medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos y homeopáticos unicistas se registrará por lo dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de uso Humano y su Reglamento. El presente reglamento se aplicará con carácter supletorio, respecto de las normas reglamentarias mencionadas en los incisos segundo y tercero de este artículo. Se exceptúan del cumplimiento del Registro Sanitario los siguientes productos:

- Productos alimenticios en su estado natural como frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abeja y otros de origen agrícola que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación.
- Productos semielaborados.
- Granos secos a granel.
- Los de origen animal crudos refrigerados o congelados que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación y se presentan sin marca comercial.
- Materias primas en general, producidas en el país o importadas, para su utilización exclusiva en la industria, en la gastronomía y en la elaboración de alimentos y preparación de comidas.
- Productos de panadería que son de consumo diario y se comercializan sin un envase definido y sin marca comercial.



Sin embargo, son sujetos de control por parte de la autoridad de salud correspondiente.

## **2.2 MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES**

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, amparada en lo dispuesto de los Art. 37 y 44 numeral 6 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, emitió el “Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores”.

Algunos de los principales objetivos de este manual son:

- Contribuir a que la calidad y el justo precio de los productos beneficie al consumidor.
- Establecer los mecanismos operativos para mantener a este mercado sectorial en forma armónica y equilibrada.
- Mantener en forma preventiva el control de las relaciones contractuales a fin de evitar prácticas abusivas en este mercado.
- Vigilar en coordinación con las entidades correspondientes el cumplimiento de los estándares técnicos de calidad establecidos por el INEN tales como el etiquetado, semaforización, peso y medida en base al sistema métrico decimal, de tal suerte que el consumidor esté en condiciones de tomar su mejor decisión.
- Colaborar con el control para que los productos que están en exhibición no contengan publicidad engañosa.

Este manual es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos, del sector de los supermercados y/o similares, que realicen sus actividades de intermediación comercial en el territorio ecuatoriano. Así como también para todos los proveedores de los supermercados y/o similares que mantengan relaciones comerciales contractuales de intermediación en el sector de bienes de consumo alimenticio y no alimenticio de consumo corriente. (Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores, 2017)

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **2.3.1 Mercado**

Se define el mercado como: “En términos económicos, el mercado es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda”. (Eliecer, J, 2013).

### **2.3.2 Estudio de mercado**

El estudio de mercado es una iniciativa empresarial, que se encarga de formar una idea sobre la viabilidad comercial de un producto o servicio. Este estudio se divide en tres puntos importantes a seguir:

- **Análisis del consumidor**

Estudia el comportamiento del consumidor detectando sus necesidades y la forma de satisfacerlas, averigua sus hábitos de compra, lugares que frecuenta, preferencias y momentos claves; el objeto final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o servicio y así poder cubrir la demanda no satisfecha de los consumidores.

- **Análisis de la competencia**

El análisis de la competencia no solo nos permite estar prevenidos ante los nuevos movimientos o acciones realizados por nuestros competidores, sino también aprovechar sus falencias o debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes o fortalezas, y tomar como referencia sus productos o las estrategias que les estén dando buenos resultados. (Negocios, 2017)

Se suele pensar que analizar a la competencia es un trabajo complejo, que necesariamente lo debe realizar una empresa especializada, y de esta manera obtener más gastos para la empresa que requiere el análisis. Pero la realidad es que es sencillo, y que lo pueden hacer los clientes internos de la propia empresa, esto se podrá lograr con la labor de visitar a nuestra competencia, observar, tomar nota de sus procesos, o visitar sus páginas web y averiguar sobre sus productos.

El análisis de la competencia no debe ser una tarea que realicemos una sola vez y luego nos olvidemos de ello, sino una tarea que realicemos constantemente.

- **Estrategia:** es imprescindible y marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:
- **Liderazgo en costo.** - Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.
- **Diferenciación.** - Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio, cubrimiento. Trabajar en las tres P (plaza, promoción, producto) diferentes a Precio.

(Hector, J, 2017) “Debido a que los canales de distribución representan el camino o la ruta que recorre un producto desde su origen (empresa) hasta su destino (cliente), es necesario que se determine la estrategia de reducción de costos en el punto de distribución, el cual debe procurar reducir costos, a través del incremento considerable de las ventas, en el segmento del mercado objetivo, seleccionado por la empresa”.

### **2.3.2.1 El Proceso del Estudio de Mercado:**

Según (Charles, W; Lamb, J y McDaniel, C, 2011), un proyecto eficaz de **estudio de mercado** tiene cuatro etapas básicas:

- Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
- Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

- Investigación basada en la observación
- Entrevistas cualitativas
- Entrevista grupal
- Investigación basada en encuestas
- Investigación experimental

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio

### **2.3.2.2 Comercialización**

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Micro comercialización y Macro comercialización.

- **Micro comercialización:** Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

- **Macro comercialización:** Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. (Rivadeneira, 2017)

### **2.3.2.3 Características de comercialización**

Según (Gómez,E, 2017) las características son:

- Obliga a los comercializadores a analizar su idea de negocio sistemáticamente, lo que asegura que esta tenga realmente gran impacto.
- Muestra las carencias en el conocimiento existente y ayuda a subsanarlas de forma eficaz y estructurada.
- Asegura que se tome decisiones, de forma que se adopte un método bien enfocado.
- Sirve como herramienta central de comunicación para los diversos participantes en el proyecto.
- Hace surgir la lista de recursos que se van a necesitar y de este modo permite conocer los recursos necesarios.

### **2.3.2.4 Canales de Distribución**

- Según (Hector, J, 2017), "desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo.
- Para (Kotler,P, 2010), un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial"
- La American Marketing Association (A.M.A.) (2008), define al canal de distribución de la siguiente manera: "Una red organizada (sistema) de agencias e

instituciones que, en combinación, realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con los clientes finales para completar las tareas de marketing".

- Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. (2006), los canales de distribución son "cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final".

### **2.3.3 Las cadenas de suministro y abastecimiento.**

En esta sección, se describen los conceptos que sustentan esta investigación. Con la idea anterior, a continuación, se presenta el marco de referencia donde se muestran los principales conceptos involucrados en este estudio, siendo estos Cadena de suministros, Sistema de Abastecimiento y las Pymes.

#### **2.3.3.1 La Cadena de Suministro**

Estrictamente, la cadena de suministro no es una cadena de negocios de persona a persona, ni de relaciones entre una empresa y otra, sino que es una red de unidades de negocio con relaciones múltiples. Ofreciendo la oportunidad de capturar la sinergia de la integración administrativa intra e interempresarial. En ese sentido, consiste en procesos de excelencia y representa una nueva manera de manejar las transacciones comerciales y relaciones con otras unidades de negocio (Cabarcos, N, 2010).

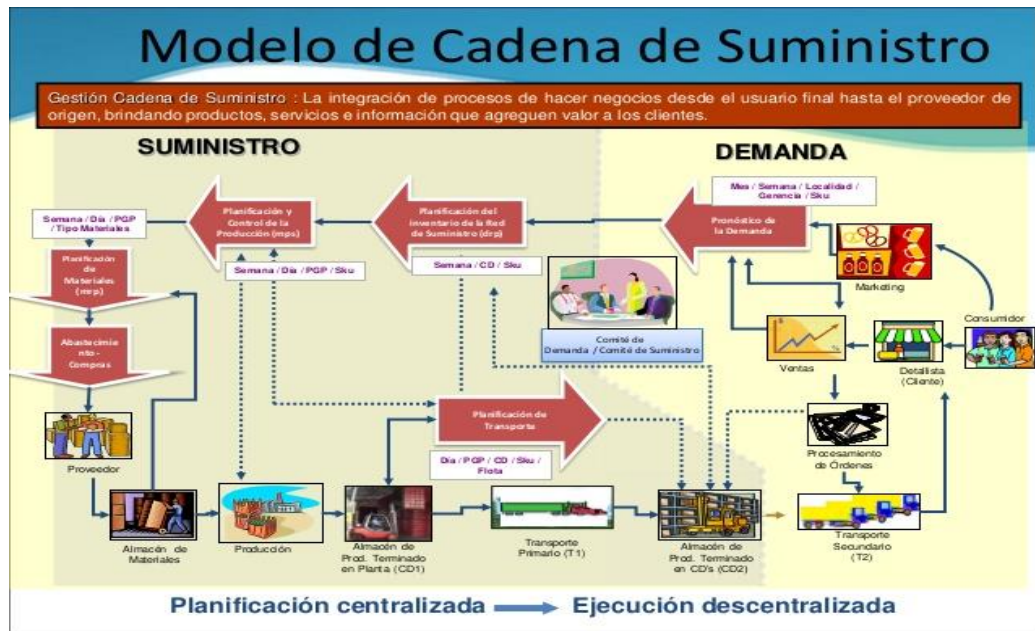


Figura 1: Cadena de Suministros

Fuente: (Hector, J, 2017)  
Elaborado por: Javier, H (2015)

### 2.3.3.2 La Cadena de Abastecimiento.

Las cadenas de abastecimiento abarcan los procesos de negocio, de talento humano, los organizacionales, de infraestructura física, de tecnologías y plataformas de información, permitiendo el flujo continuo de los procesos de servicio y/o manufactura en pro de la creación de bienes y/o servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor final, obteniendo un beneficio global (Aker,H, 2017).

### La Leche.

Es un producto íntegro y fresco secretado de las glándulas mamarias al momento del ordeño de una o varias vacas sanas, bien alimentadas y en reposo, exento de calostro y que cumpla con las características físicas, microbiológicas e higiénicas establecidas. La leche normal no aparece hasta varios días después del alumbramiento; el líquido viscoso segregado desde el momento del parto hasta la aparición de la leche recibe el nombre de calostro. La leche es un producto natural completo que posee más de 100 sustancias que se encuentran ya sea en solución, suspensión o emulsión en agua, así, por ejemplo; la caseína, la grasa y las vitaminas solubles, la lactosa, sales de calcio, fósforo, cloro, sodio, potasio y azufre. La composición de la leche varía con la raza de la vaca, estado de

lactancia, alimentación, época del año y otros factores, la leche con una composición normal posee una gravedad específica (1.028 a 1.032, a, 20°C) y un punto de congelación de -0.518 a -0.543°C. La leche es un producto altamente perecedero que debe ser enfriado a 4°C lo más rápidamente posible luego de su recolección; ya que las temperaturas extremas, la acidez (PH) o la contaminación por microorganismos pueden deteriorar su calidad rápidamente, sin embargo, para mejorar las características organolépticas se debe transformar en derivados, por el hecho de contener, menor humedad, mayor acidez y para conservar la leche un tiempo más prolongado a temperatura ambiente, por ejemplo las fermentadas, por su alta acidez pueden conservarse hasta 3 semanas en refrigeración. La leche está formada por glóbulos de grasa suspendidos en una solución que contiene el azúcar de la leche (lactosa), proteínas (fundamentalmente caseína y lactosa) y sales de calcio, fósforo, cloro, sodio, potasio y azufre. No obstante, es deficiente en hierro y es inadecuada como fuente de vitamina C. La presencia de ácidos tiene gran importancia en la elaboración de la leche. La acción de estos ácidos afecta los fenómenos microbiológicos, la formación de la mantequilla y la precipitación de las proteínas. (Unidad Editorial Revistas, 2017)

### Composición Química De la Leche

**Tabla 1: Composición Química de la Leche**

Composición química de la leche	
	Porcentaje
Agua	87.5 %
Lactosa	4.8%
Grasa	3.5%
Proteínas	3.5 %
Minerales	0.7%
TOTAL	100 %

*Fuente: (Alias, C, 2017)*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

### Función



La principal función de la leche y sus derivados es la nutritiva; la leche va a aportar al organismo los principales principios inmediatos, así como vitaminas y minerales.

### **Proteínas**

Las proteínas de la leche son de alto valor biológico, ya que nos proporcionan todos los elementos necesarios para el buen funcionamiento de nuestro organismo.

### **Grasas**

En su composición se encuentran los ácidos grasos esenciales. Están presentes como finas partículas que, en ocasiones, como ocurre con la ebullición, se reúnen formando una capa en la superficie: es la nata o crema de la leche. Al extraer la grasa de este alimento obtenemos los llamados productos desnatados.

### **Vitaminas**

Sobre todo, la vitamina A, D y las del grupo B. Minerales: fundamentalmente el calcio y el fósforo.

### **Variedades de leche.**

Leche fluida (entera): Se entiende con este nombre a la leche a granel higienizada, enfriada y mantenida a 5°C, sometida opcionalmente a terminación, pasteurización y/o estandarización de materia grasa, transportada en volúmenes de una industria láctea a otra para ser procesada y envasada bajo normas de higiene (Alias, C, 2017).

***Tabla 2: Aporte Nutricional***

Aporte nutricional de la leche.	
Calorías	59 a 65 kcal.
Agua	87% al 89%.
Carbohidratos	4.8 a 5 gr.
Proteínas	3 a 3.1 gr.
Grasas	3 a 3.1 gr

*Fuente:* (Alias, C, 2017)  
*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Tabla 3: Minerales**

<b>Minerales</b>	
Sodio	30 mg.
Fósforo	90 mg.
Potasio	142 mg.
Cloro	105 mg.
Calcio	125 mg.
Magnesio	8 mg.
Hierro	0.2 mg.
Azufre	30 mg.
Cobre	0.03 mg.

*Fuente:* (Alias, C, 2017)  
*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

En cuanto a las vitaminas, la leche contiene tanto del tipo hidrosolubles como liposolubles, aunque en cantidades que no representan un gran aporte. Dentro las vitaminas que más se destacan están presentes la riboflavina y la vitamina A. La industria lechera ha tratado de suplir estas carencias expendiendo leches enriquecidas por agregado de nutrientes.

Por su alto contenido de agua, la leche es un alimento propenso a alteraciones y desarrollo microbiano, por eso siempre debe conservarse refrigerada y se debe respetar su fecha de vencimiento.

### **Bacterias que afectan la leche.**

La leche es uno de los alimentos más importantes en la nutrición humana (Por no decir que el más importante) y desde que nacemos nos alimentamos con ella, es el primer vector natural de nutrientes que conoce cada uno de nosotros durante su vida, es de vital importancia garantizar su consumo y conservación.

Sin embargo, la leche tiene algunas desventajas: es, por un lado, fácilmente alterable, por lo que en muchas ocasiones se encuentra adulterada, y es, por otro lado, vehículo frecuente de gérmenes y su consumo es a veces causa de enfermedades endémicas.

Los gérmenes de la leche son de cuatro tipos: bacterias no patógenas; bacterias formadas de ácido láctico, causantes de la fermentación; bacterias de putrefacción, y bacterias patógenas, siendo estas últimas las únicas peligrosas para la salud porque provocan serías enfermedades e infecciones.

Las bacterias patógenas más comunes en la leche son: el bacilo de Koch (que causa la tuberculosis de tipo alimenticio), bacilos tíficos y paratíficos, bacilo diftérico, germen de la escarlatina y *Brucella melitensis* (que provoca la fiebre de Malta o brucelosis), estas son peligrosas en la sobreexposición. (Unidad Editorial Revistas, 2017)

## **2.4 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.4.1 Análisis de la Demanda**

Conocer qué motiva la demanda, encontrar métodos que la incentiven y tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda. (Hernandez,C, 2000)

### **2.4.2 Análisis de las Ventas**

Un informe de análisis de ventas muestra las tendencias que se producen en el volumen de ventas de la empresa a través del tiempo. En su forma más básica, muestra si las ventas van en aumento o en descenso. En cualquier momento durante el año fiscal, los gerentes de ventas pueden analizar las tendencias del informe para determinar el mejor curso de acción. (Aker,H, 2017)

### **2.4.3 Análisis de los Consumidores**

Radica en que, al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él; por ejemplo, podemos diseñar el producto que mejor satisfaga sus necesidades o elegir el canal de venta que le sea más accesible. (Crece Negocios, 2017)

#### **Alimentos**

Alimento es aquello que los seres vivos comen y beben para su subsistencia. El término procede del latín alimentan y permite nombrar a cada una de las sustancias sólidas o líquidas que nutren a los seres humanos, las plantas o los animales. (Ariño,A, 2003)

#### **Comercialización**

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio con los beneficios de tiempo y lugar. A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital en del funcionamiento de una empresa. (Baca,G, 2016)

#### **Demanda**

La demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado" Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el Consumo del referido Bien. (Fisher,L, 2012)

#### **Distribución**

Es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Lamb,C, 2002)

## **La mezcla de la mercadotecnia (las "P")**

El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las P del marketing. Las 4"P" tradicionales (Producto, Precio, Plaza, Promoción). (Espinosa, R, 2017).

## **Leche**

Es el producto de la secreción mamaria normal de animales bovinos, bufalinos y caprinos lecheros sanos, obtenida mediante uno o más ordeños completos, sin ningún tipo de adición, destinada al consumo en forma de leche líquida o a elaboración posterior.

## **Leche Pasteurizada**

Es el producto obtenido al someter la leche cruda, a una adecuada relación de temperatura y tiempo para destruir su flora patógena y la casi totalidad de flora banal, sin alterar de manera esencial ni su valor nutritivo ni sus características fisicoquímicas y organolépticas. (Don,J, 2008)

## **Macro-Comercialización**

Parte de la ciencia de la ciencia económica que estudia los agregados económicos con el objeto de comprender sus funciones en conjunto con un país o región.

Procesos sociales al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, que va desde el productor al consumidor d forma que equipara realmente la oferta y la demanda logrando los objetos de la sociedad. (Kotler,P, 2010).

## **Marketing**

La base del marketing se encuentra en las relaciones de intercambio. Estas tareas las ha realizado el ser humano desde la antigüedad cuando ha tenido la necesidad de

desarrollarse como especie, aunque con el paso de los años estas relaciones se incrementaron en número y en complejidad. (Rivera, J; López-Rua,M, 2012)

### **Marketing directo**

El marketing directo consiste en identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de un cliente con beneficio, es decir, reconocer que cada cliente es un individuo único. La prioridad del marketing directo es satisfacer los deseos del individuo, del consumidor o del usuario. Para ello, en primer lugar, la empresa determinara las necesidades y los deseos del cliente. (Cabarcos, N, 2010).

### **Marketing Estratégico**

El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados. (Charles, W; Lamb, J y McDaniel, C, 2011)

### **Marketing Operativo**

La función principal del Marketing Operativo es crear el volumen de negocio (lo que todos conocemos como vender) y utilizar, para lograr este objetivo, los medios de ventas más eficaces minimizando sus costes ya que es un elemento determinante que incide directamente en la rentabilidad a corto plazo de la empresa. (Bort, A, 2004)

**Mercado.** - Conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad, dinero para satisfacerla y voluntad para hacerlo (demanda), y vendedores que ofrecen producto o servicios que pueden satisfacer dichas necesidades (oferta).

### **Micro-Comercialización**

Es la ejecución e actividades que trata de cumplir los objetivos de una organización de acuerdo a las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfagan las necesidades (Kotler,P, 2010).

Los clientes pueden ser los consumidores particulares, también firmas comerciales y otras organizaciones sin fines de lucro.

### **Oferta**

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores esta dispuestos a ofrecer, también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. Cantidad máxima de Bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el Mercado a un precio dado, por unidad de tiempo. (Eliecer, J, 2013)

### **Plan de comercialización**

Un plan de comercialización es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como un punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora, y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanza y las estrategias que utiliza. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene para su empresa. (Rivadeneira, 2017)

## **2.5 IDEA A DEFENDER**

Estudiar el Abastecimiento y Comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el Cantón Chambo, provincia de Chimborazo en el periodo 2017, contribuirá a determinar sus principales falencias, elaborar un análisis FODA y formular la propuesta de la creación de una Asociación de productores de leche del Cantón Chambo.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.

### 3.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.

En el desarrollo del Estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno de unidades productivas del cantón Chambo provincia de Chimborazo, se utilizará la modalidad cuali-cuantitativo comparada, que es un método establecido para estudiar de manera científica una muestra reducida de objetos de investigación.

La modalidad cualitativa permitirá conocer las cualidades, características y atributos de las variables de estudio, como es la comercialización.

En cuanto a la modalidad cuantitativa, se utilizará en la recopilación de datos históricos y proyecciones tanto de la demanda como de la oferta.

### 3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En la elaboración del Estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno de unidades productivas del canto Chambo provincia de Chimborazo, utilizara los siguientes tipos de investigación:

- **De campo:** Se realizó el estudio en el mismo lugar en que se produjo el problema, en el Cantón Chambo provincia de Chimborazo, y en las diferentes parroquias rurales del mismo: Guayllabamba, Llucud, Catequilla, entre otros.
- **Bibliográfica-Documental:** Para esta investigación se utilizó los conocimientos de las investigaciones existentes en libros, revistas, internet y otras publicaciones.
- **Descriptiva:** El objetivo de la investigación descriptiva consistió en alcanzar a estar al tanto de las condiciones, hábitos y cualidades sobresalientes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo no se limita a la



recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

- **Explicativa:** El Estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo pretendió escribir e intentar encontrar las causas del propio y su respectiva solución.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

El Cantón Chambo tiene 11.885 habitantes, según el censo del 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de los cuales 47,63% son hombres (5.660) y 52,37% mujeres (6.225).

La investigación se enfocará únicamente a las unidades productivas de leche en el cantón, las cuales son 832, según información del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de Chimborazo (MAG), el cual será el universo en el cálculo de la muestra.

### CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

n=Tamaño de la muestra

N=Universo

Z=Nivel de confianza

P=Probabilidad de que el evento ocurra

Q=Probabilidad de que el evento no ocurra

**Tabla 4: Presentación de datos muestrales**

<b>TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA</b>									
<b>Certeza</b>	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
<b>Z</b>	<b>1.96</b>	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
<b>Z<sup>2</sup></b>	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
<b>E</b>	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
<b>E<sup>2</sup></b>	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Tabla 5: Cálculo del tamaño de la muestra**

<b>DATOS</b>	
<b>Z=</b>	1,96
<b>P=</b>	0,50
<b>Q=</b>	0,50
<b>N-I=</b>	832-1
<b>E=</b>	0,05
<b>N=</b>	832
<b>n=</b>	?

*Fuente:* Mason D., R. (1976). *Essentials of Statistics*. Prentice-Hall

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2(N - 1) + Z^2 P Q}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,50)(0,50)(832)}{0,05^2(832 - 1) + (1,96^2)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{799,0528}{3.0379}$$

$$n = 263$$

**Se aplicarán 263 encuestas en el Cantón Chambo**

### **3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.4.1 Métodos**

Dentro de los métodos lógicos tenemos los siguientes

- **Inductivo**

En el estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo se utilizó concretamente en la etapa de recolección de datos mediante muestreo, ya que se obtuvo información a partir de una muestra y se generalizó a toda la población.

- **Deductivo**

Se partió de lo general a lo específico, encontrando de esta manera la preocupante situación económica de los productores de leche en el Cantón Chambo, debido a la irregularidad del precio que reciben por su leche, lo que genera falencias tanto en la comercialización como en el abastecimiento.

- **Analítico**

Este método permitió conocer más del objetivo del estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo, con lo cual se pudo: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

- **Sintético**

Procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis del estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo una vez revisadas, fueron integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que interceden en un fenómeno).

- **Sistemático**

Estuvo dirigido a modelar el objeto del estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo mediante la determinación de sus componentes, así como la relación entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la distribución del objeto y por otro su dinámica.

### **3.4.2 Técnicas**

Las técnicas utilizadas permitieron recoger, analizar y presentar información válida y fiable en cuanto a los involucrados y el escenario en el que se desarrolla el estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo, a continuación, se describen cada una de ellas:

- **Observación**

Permitió reconocer características y comportamientos exclusivos de los actores del estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

- **Entrevista**

Se entrevistó a Técnicas del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) del cantón Chambo cuya experiencia fue de gran valor para la adecuada marcha del estudio de abastecimiento y comercialización de la leche.

- **Encuesta piloto**

La elaboración y aplicación estuvo dirigida a 25 personas con el propósito de encontrar posibles errores y corregirlos.

- **Encuestas**

Esta herramienta permitió conocer más de cerca las características, gustos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del Cantón. Anexo N°01

### **3.3.1. Instrumentos**

Los instrumentos a los que se recurrió para extraer información de la realidad a investigar son los siguientes:

- **Ficha de Observación**

Se realizó la descripción completa del fenómeno a observar, procurando ser objetivos en la observación.

- **Guía de entrevista**

Esta contiene la organización, secuencia y naturaleza de las preguntas de forma que la entrevista permita obtener la mayor cantidad de información útil para la investigación.

- **Cuestionario**

La construcción, aplicación y tabulación del cuestionario permitió recolectar información de forma rápida y veraz. Se trabajó con la encuesta personal, cuyo instrumento fue un cuestionario estructurado y no disfrazado con preguntas cerradas de múltiple elección, escalas y abiertas con sus limitaciones de respuestas cuando se pida sugerencias.

## INTREPRETACIÓN Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### 3.4.3 Resultados de la encuesta dirigida a los productores de leche del cantón Chambo.

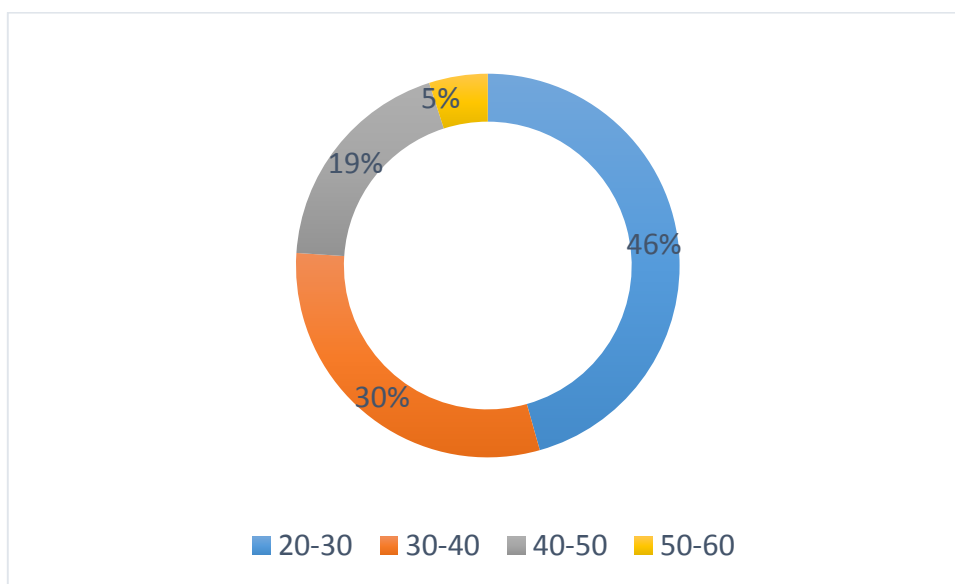
#### a.- Edad

**Tabla 6: Edad de los encuestados**

Edades	Personas	%
20-30	120	46%
30-40	80	30%
40-50	50	19%
50-60	13	5%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 1: Edad**

*Fuente: Tabla N°06*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

**Análisis:** Referente a los productores de leche de los 263 encuestados, 120 tenían entre 20 y 30 años de edad que representan el 46% de los encuestados, 80 productores entre 30 y 40 corresponde al 30%, 50 de los productores tenían entre 40 y 50 años de edad corresponden al 19% de los encuestados, 13 de los productores encuestados tenían entre 50 y 60 años de edad que corresponden al 5% de los encuestados, muchos de los encuestados pertenecían a un mismo núcleo familiar.

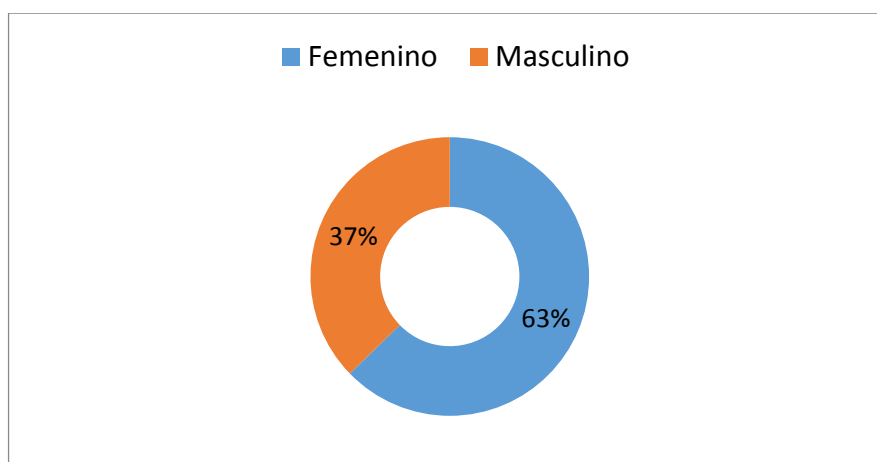
## b.- Género

**Tabla 7: Género**

Género	Productores	%
Femenino	165	63%
Masculino	98	37%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 2: Género**

*Fuente: Tabla N°07*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

**Análisis:** Referente a los productores de leche de los 263 encuestados, 165 eran del sexo femenino representada por el 63% de la población encuestada, y 95 eran del sexo masculino y representaba el 37% esto se daba a que por los bajos ingresos que generaba la producción de leche la mayor parte de los hombre se dedicaban a otras actividades para generar otras fuentes de ingresos y poder solventar sus gastos mensuales y porque la mayoría de las familias que se dedicaban a esta actividad estaban conformadas por mujeres.



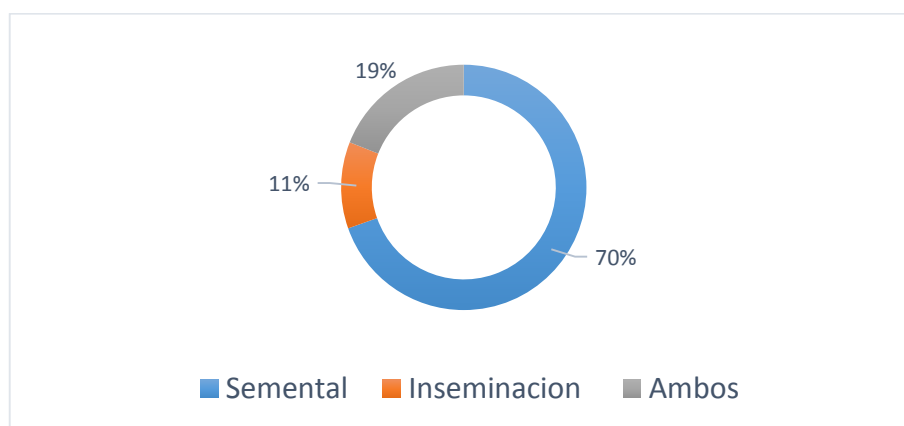
## 1.- ¿Cuál es el modo de reproducción ganadera utilizado por usted?

**Tabla 8: Modo de reproducción**

Reproducción Ganadera	Productores	%
Semental	183	70%
Inseminación	30	11%
Ambos	50	19%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 3: Modo de reproducción**

*Fuente:* Tabla N°08

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** De los 263 productores encuestados, el 70% de ellos utilizan la reproducción ganadera de forma semental, el 19% a través de la inseminación por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG); y por último con un 11% utilizan ambas formas de reproducción.

Se concluye que el 70% de los productores utilizan el modo de reproducción semental porque su ganado era local, y solo el 19% tenía un ganado de raza chilena y debían realizar la inseminación por el acuerdo que tienen con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el cual les exigían mantener la raza; y el 11% utilizaban ambas formas ya que poseían ganado local y chileno.

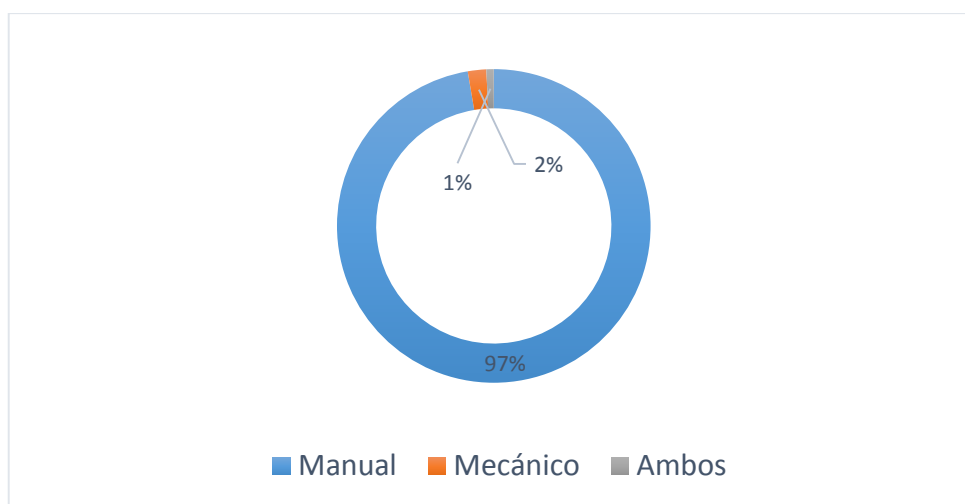
## 2.- Tipo de ordeño:

**Tabla 9: Tipo de ordeño**

Ordeño	Productores	%
Manual	256	97%
Mecánico	5	2%
Ambos	2	1%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 4: Tipo de ordeño**

*Fuente:* Tabla N°09

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** De los productores encuestados el 97% de ellos (256) la forma de ordeño utilizada es la manual; el 2% de los productores ordeñan mecánicamente y el restante representado por el 1% hace el uso de ambos, tanto mecánico como manual.

Se concluye que el 97% de los productores utilizan el ordeño manual por que los costos de adquisición de la maquinaria son muy altos, es por esto que solo el 2% realizan el ordeño mecánico. Y solo el 1% utilizan ambos tipos de ordeño porque adquieren maquinaria de segunda y su costo es minoritario.

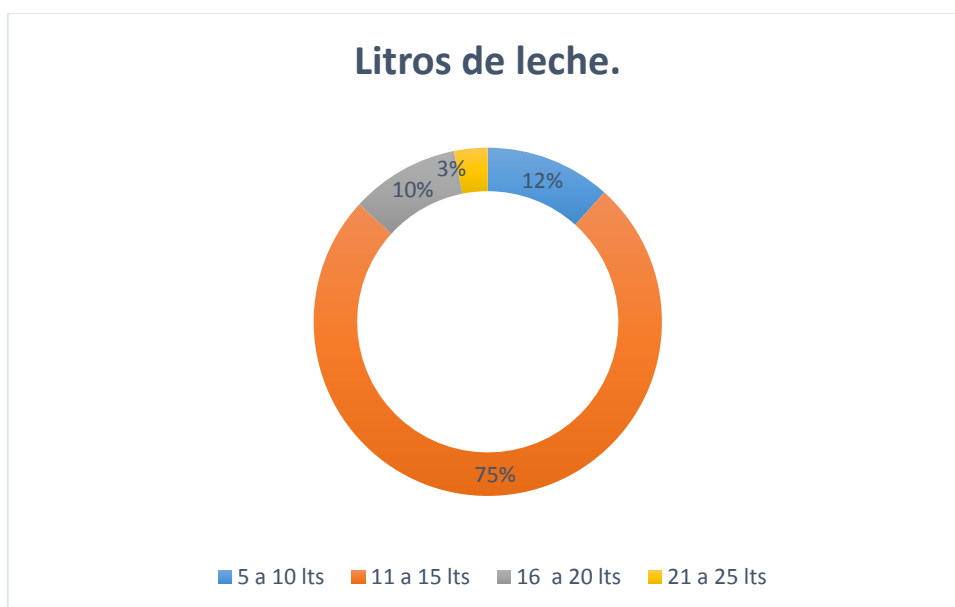
#### 4.- ¿Qué cantidad de leche diaria estima Ud. que produce su ganado actualmente?

**Tabla 10: Producción de leche diaria**

<b>Litros</b>	<b>Personas</b>	<b>%</b>
5 a 10 lts	30	12%
11 a 15 lts	193	73%
16 a 20 lts	26	10%
21 a 25 lts	8	3%
26 a 30 lts	6	2%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 5: Litros de leche diaria**

*Fuente:* Tabla N°10

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** En relación a la frecuencia de producción de los 263 encuestados, 12% de los productores tenía una producción diaria de 5 a 10lts de leche, 73% de los productores de 10 a 15lts de leche, 10% de los productores de 15 a 20lts de leche, 3% de los productores de 20 a 25lts de leche y el 2% de los productores de 25 a 30 lts de leche.

Se concluye que un 85% de los productores ordeñaban de 5 a 15 lts de leche diarios, esto se podía dar dependiendo del estado de las vacas si se encontraba en gestación o en lactancia.

**6.- Evalué sus proveedores de manera general en las siguientes categorías siguiendo esta escala:**

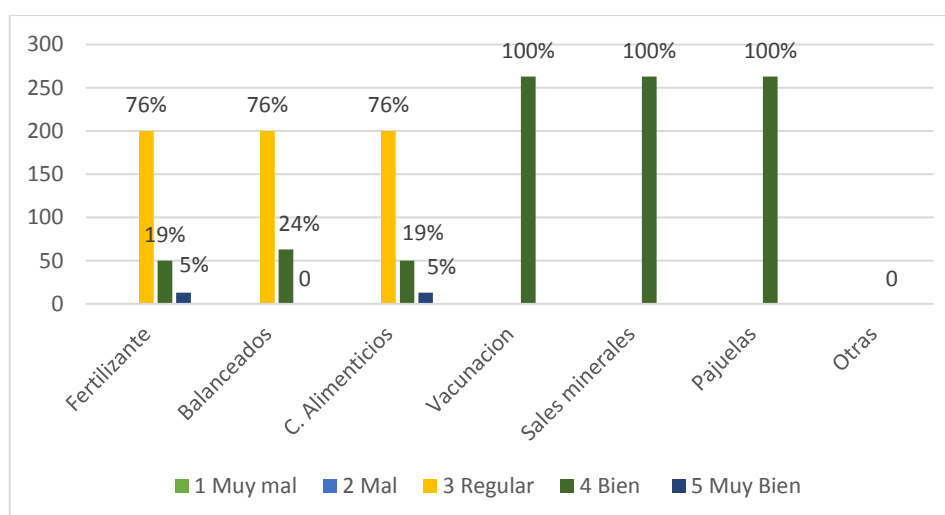
Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy Bien
1	2	3	4	5

**Tabla 11: Evolución de precios de los proveedores**

CATEGORIAS	PRECIOS						Total
	3 regular	%	4 bien	%	5 muy Bien	%	
Fertilizante	200	76%	50	19%	13	5%	263
Balanceados	200	76%	63	24%	0	0%	263
C. Alimenticios	200	76%	50	19%	13	5%	263
Vacunación	0	0%	263	100%	0	0%	263
Sales minerales	0	0%	263	100%	0	0%	263
Pajuelas	0	0%	263	100%	0	0%	263
Otras	0	0%	0	0%	0	0%	0

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 6: Evaluación de precios de los proveedores**

*Fuente:* Tabla N°11

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

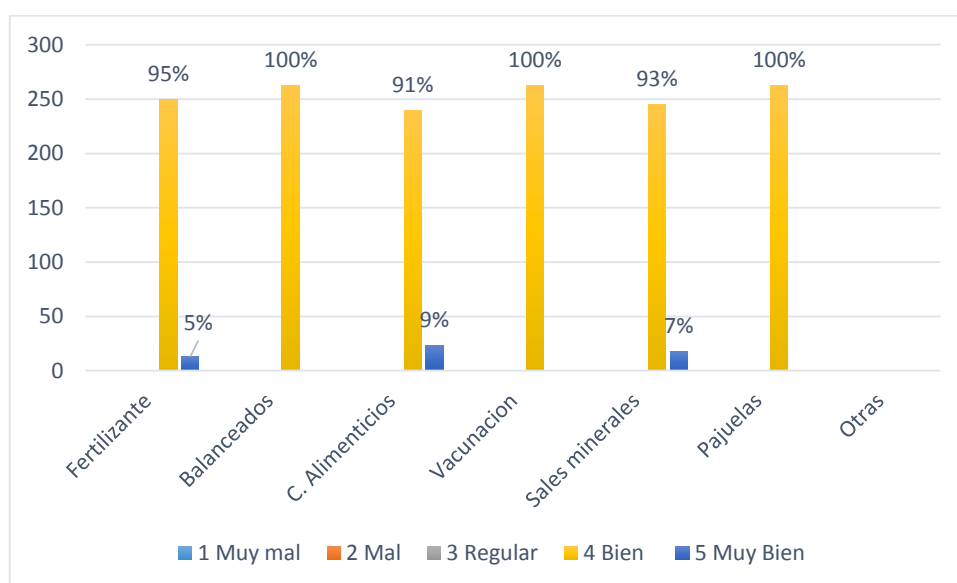
**Análisis:** En la investigación realizada 76% de los encuestados consideran el precio de fertilizantes, balanceados y complementos alimenticios como regular ya que su costo de adquisición era muy elevado de dichos productos, un 100% de los productores consideran bien el precio de vacunación, pajuelas y sales minerales ya que su adquisición no le genera ningún gasto ya que a muchos se les otorgaba de manera gratuita estos productos por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

**Tabla 12. Estabilidad en el suministro de los proveedores**

CATEGORIAS	ESTABILIDAD DEL SUMINISTRO				
	4 bien	%	5 muy Bien	%	Total
Fertilizante	250	95%	13	5%	263
Balanceados	263	100%	0	0%	263
C. Alimenticios	240	91%	23	9%	263
Vacunación	263	100%	0	0%	263
Sales minerales	245	93%	18	7%	263
Pajuelas	263	100%	0	0%	263
Otras	0	0%	0	0%	0

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 7: Estabilidad en el suministro de los proveedores**

*Fuente:* Tabla N°12

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

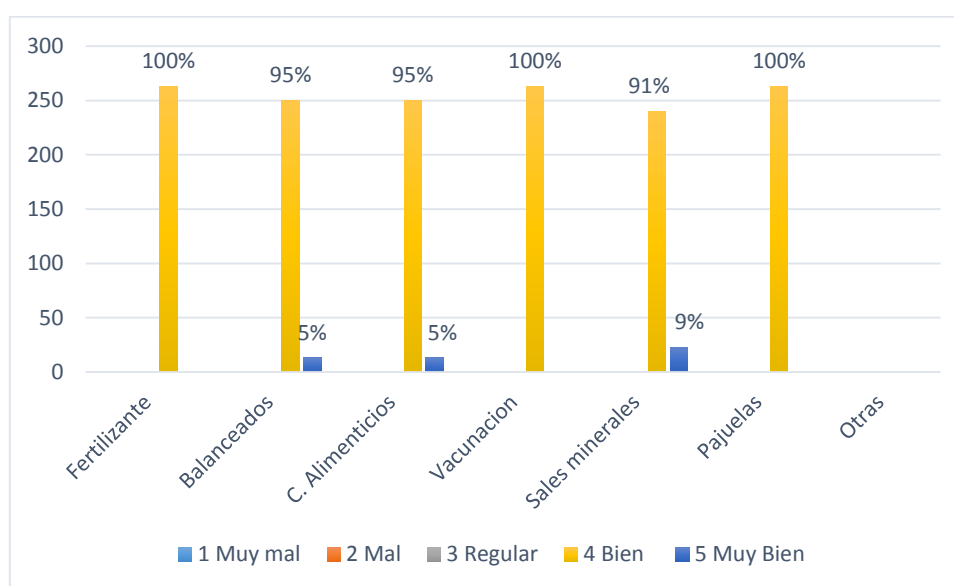
**Análisis:** En la investigación realizada un 93% de los encuestados evalúan una adecuada estabilidad de suministro en los fertilizantes, complementos alimenticios y sales minerales en el momento de adquirirlos en el mercado. Y el 100% tenían un completo acuerdo en la estabilidad de suministro de balanceado, vacunación y pajuelas, ya que es otorgado por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

**Tabla 13: Calidad en el producto**

CATEGORIAS	CALIDAD DEL PRODUCTO				
	4 bien	%	5 muy Bien	%	Total
Fertilizante	263	100%	0	0%	263
Balanceados	250	95%	13	5%	263
C. Alimenticios	250	95%	13	5%	263
Vacunación	263	100%	0	0%	263
Sales minerales	240	91%	23	9%	263
Pajuelas	263	100%	0	0%	263
Otras	0	0%	0	0%	0

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 8: Calidad en el producto**

*Fuente:* Tabla N°13

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** Del estudio realizado el 97% de los productores encuestados, evalúan buena la calidad del balanceado, complementos alimenticios, fertilizante, vacunación, sales minerales y pajuelas.

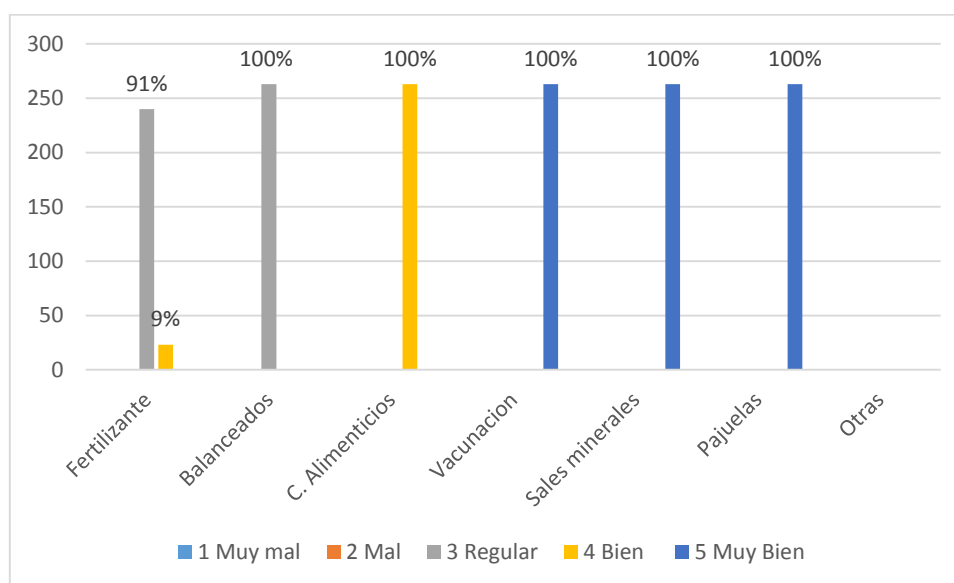
Se concluye que el 97% de los productores respondieron de manera positiva porque buscan producto de calidad para así obtener una mejor producción de leche, ya que el correcto cuidado del ganado les otorga una leche apta para la venta y el consumo.

**Tabla 14: Localización**

CATEGORIAS	LOCALIZACION						Total
	3 regular	%	4 bien	%	5 muy Bien	%	
Fertilizante	240	91%	23	9%	0	0%	263
Balanceados	263	100%	0	0%	0	0%	263
C. Alimenticios	0	0%	263	200%	0	0%	263
Vacunación	0	0%	0	0%	263	100%	263
Sales minerales	0	0%	0	0%	263	100%	263
Pajuelas	0	0%	0	0%	263	100%	263
Otras	0	0%	0	0%	0	0%	0

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 9: Localización**

*Fuente:* Tabla N° 14

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** En la investigación realizada el 96% de los encuestados consideran regular la localización de fertilizantes y balanceados, ya que algunos se les imposibilita llegar a lugares donde se encuentran los productos porque viven a las afueras del cantón Chambo, la totalidad de los encuestados representados en un 100% consideran de muy buena la localización al momento de adquirir los complementos alimenticios, vacunación, sales minerales y pajuelas ya que son entregados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Se concluye que al 96% de los productores se les imposibilita llegar a los puntos adecuados para adquirir los productos porque no tienen un mecanismo de movilización que les facilite la llegada a dichos puntos.

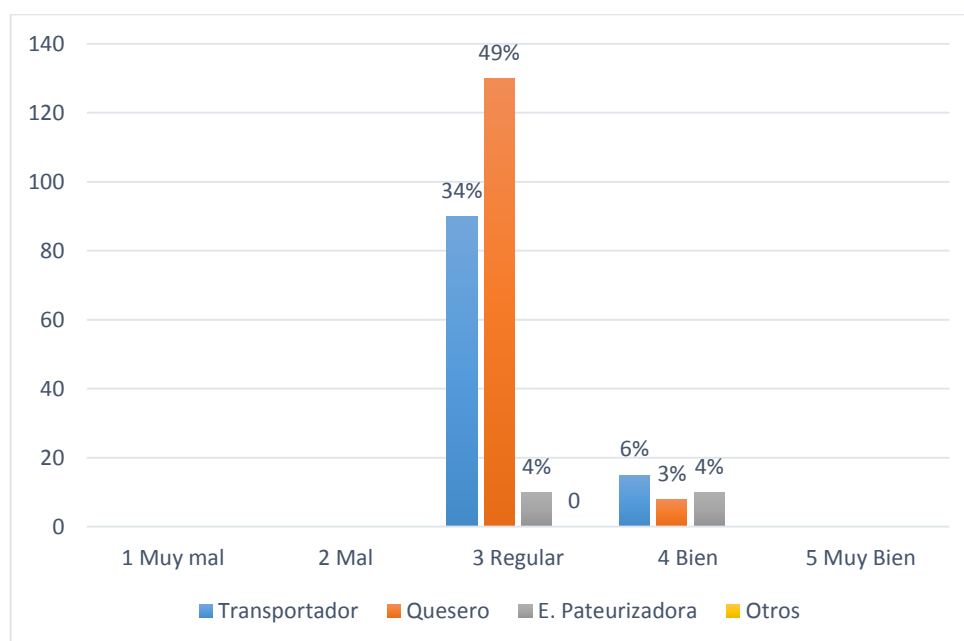
**7.- Evalué a su Distribuidor de manera general en las siguientes categorías siguiendo esta escala:**

**Tabla 15: Evaluación en el precio del Distribuidor**

CANAL	PRECIOS				
	3 regular	%	4 bien	%	Total
Transportador	90	34%	15	6%	105
Quesero	130	49%	8	3%	138
E. Pasteurizadora	10	4%	10	4%	20
Otros	0	0%	0	0%	0
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>0%</b>	<b>33</b>	<b>0%</b>	<b>263</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 10: Evaluación en el precio del Distribuidor**

*Fuente: Tabla N°15*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

**Análisis:** En el estudio realizado indicó que el 49% de los productores encuestados al momento de evaluar a su distribuidor consideraban regular a su quesero y el 34% de los productores al transportista ya que el precio que el quesero y el transportista les otorgaban en muchos casos no cubrían los gastos de producción el 4% de los productores encuestados evaluaron de buena manera a la empresa pasteurizadora, porque era la le pagaba un precio coherente.

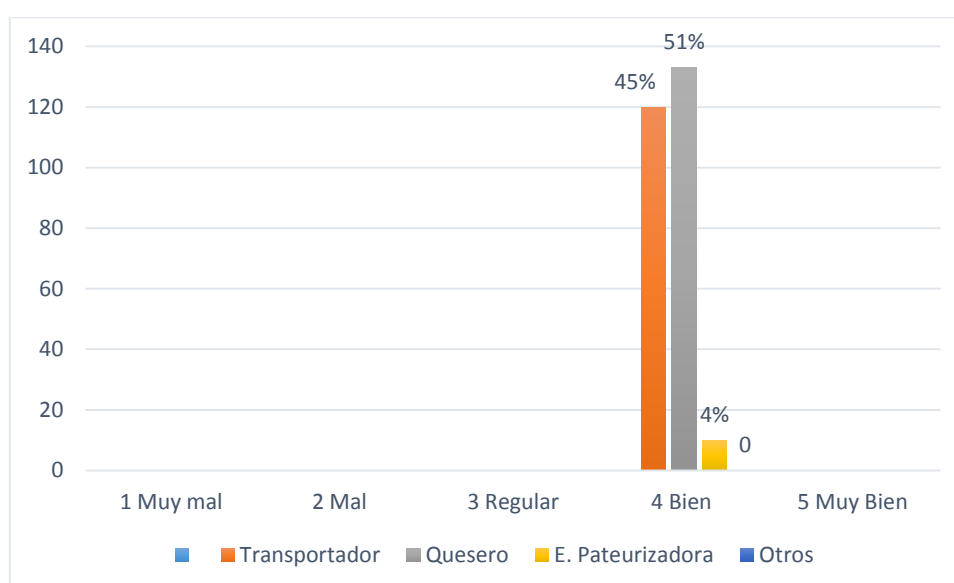


**Tabla 16: Cumplimiento de recolección**

CUMPLIMIENTO DE RECOLECCION			
CANAL	4 bien	%	Total
Transportador	120	45%	120
Quesero	133	51%	133
E. Pasteurizadora	10	4%	10
Otros	0	0%	0
Total	263	0%	263

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 11: Cumplimiento de recolección**

*Fuente:* Tabla N°16

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** En el estudio realizado 51% de los encuestados evaluaron de buena manera el cumplimiento de recolección de su quesero él 45% al transportista y el 4% a la empresa pasteurizadora.

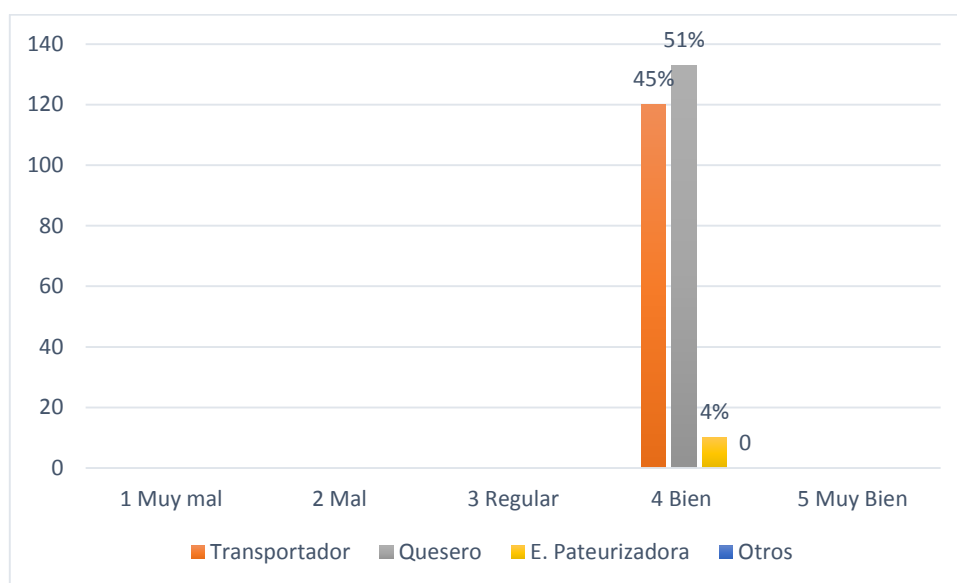
Se concluyó que el 100% de los productores encuestados respondieron de buena manera hacia cada uno de sus distribuidores, porque esto permitía que el producto entregado mantuviera sus propiedades.

**Tabla 17: Confianza**

CANAL	CONFIANZA		
	4 bien	%	Total
Transportador	120	45%	120
Quesero	133	51%	133
E. Pasteurizadora	10	4%	10
Otros	0	0%	0
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>	<b>263</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 12: Confianza**

*Fuente:* Tabla N°17

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** En el estudio realizado el 51% de los encuestados consideraban buena la confianza dada a su quesero, el 34% la transportista y el 4% a la empresa pasteurizadora.

Se concluyó que los productores respondieron de una manera positiva a la confianza de sus distribuidores ya que la mayoría tenían años realizando esta comercialización y muchos de ellos eran de la zona.

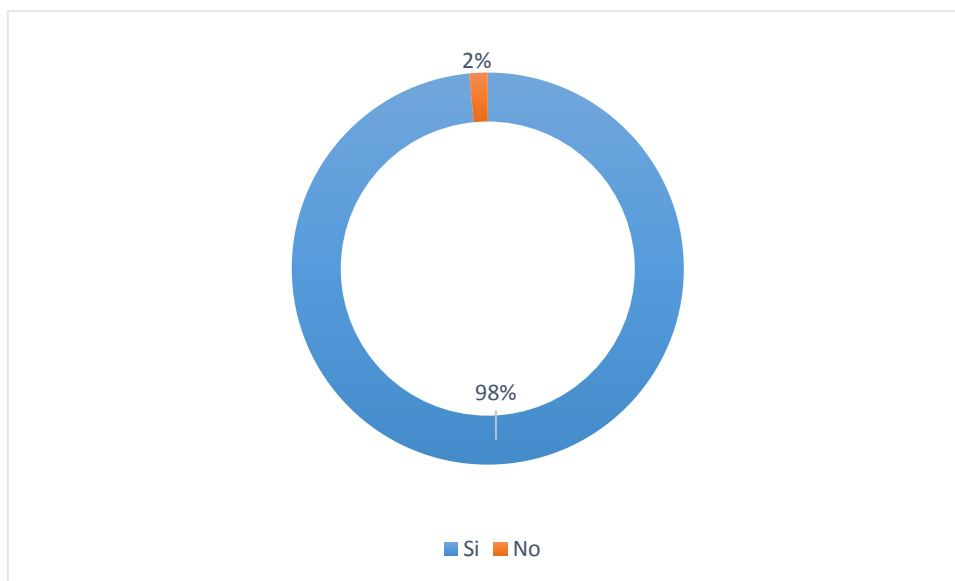
## **9.- A usted le exigen requisitos de calidad de la leche por parte del distribuidor**

**Tabla 18: Requisitos de calidad**

Requisitos	Productores	%
Si	259	98%
No	4	2%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 13: Requisitos de calidad**

*Fuente :* Tabla N°18

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** En la investigación realizada al encuestar a los 263 productores, el 98% de los productores si les exigen requisitos de calidad, y aun 2% no les pedían.

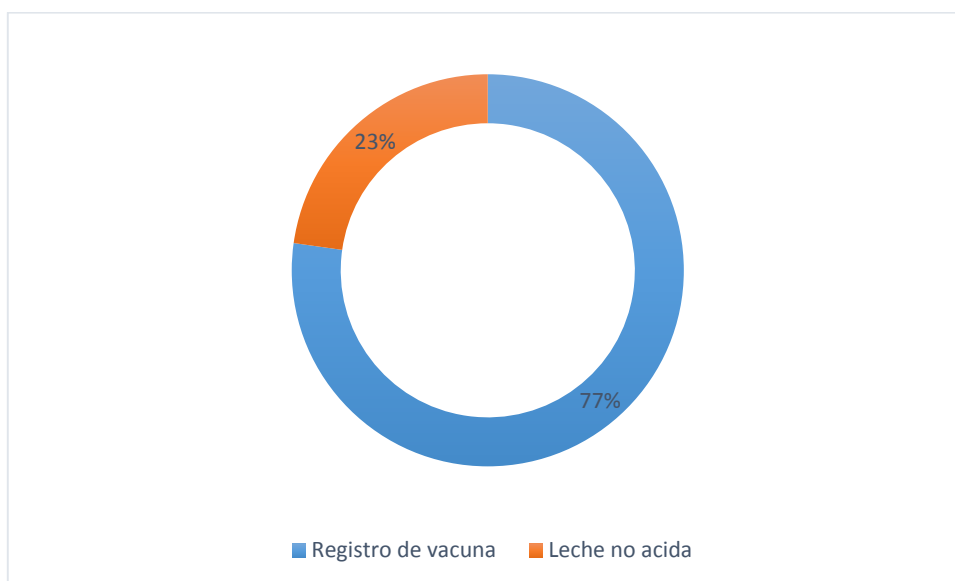
En conclusión, esto se daba que la mayoría les entregaban a queseros, y el 2% solo era para su autoconsumo.

**Tabla 19: Tipos de calidad**  
**¿Cuál?**

Tipos de requisitos	Productores	%
Registro de vacuna	200	77%
Leche no acida	59	23%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 14: Requisitos de calidad**

*Fuente: Tabla N°19*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

**Análisis:** En el estudio realizado el 98% de los productores que les exigían requisitos de calidad, un 77% de los requisitos era el registro de vacuna del ganado, esto le permitía al distribuidor conocer si la vaca estaba en buenas condiciones. Y el 23% restante de los requisitos era que la leche no estuviese ácida y estuviese un 95% libre de impurezas, esto le permitía una correcta elaboración del producto a cuál la leche fuese destinada, que en su mayoría eran quesos.

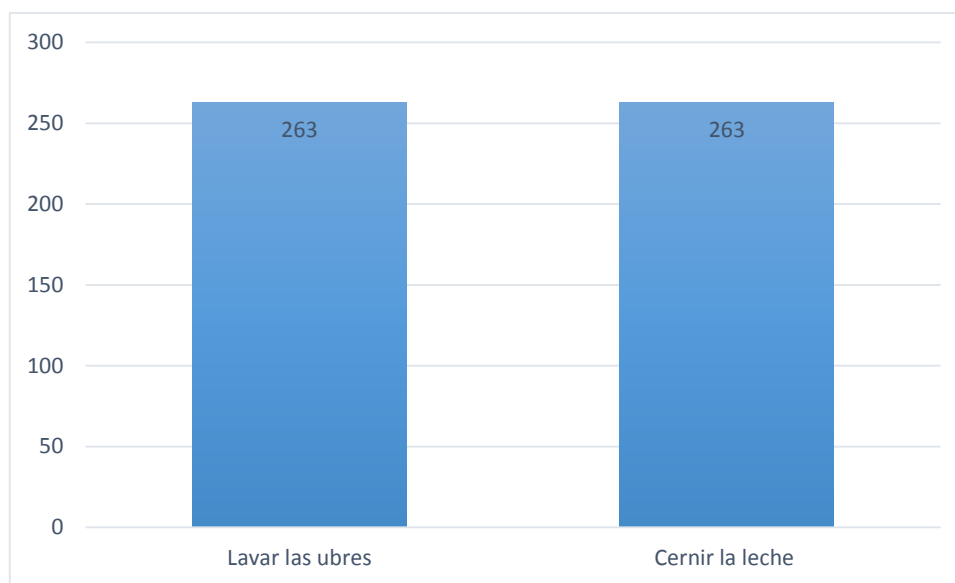
**10. ¿Qué medidas de calidad usted Aplica al momento de entregar el producto a su cliente?**

**Tabla 20: Medida de calidad**

Medidas de calidad	Productores	%
Lavar las ubres	263	100%
Cernir la leche	263	100%

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 15: Medidas de calidad**

*Fuente:* Tabla N°20

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

**Análisis:** De los 263 productores encuestados, tomaban dos medidas de calidad para entregar su producto a su distribuidor, la primera lavar las ubres y la segunda cernir la leche.

Se concluyó que realizaban este tipo de medidas porque era una forma de entregar una leche de calidad; porque eran las únicas normas que conocían, y no estaban capacitados en normas de calidad.

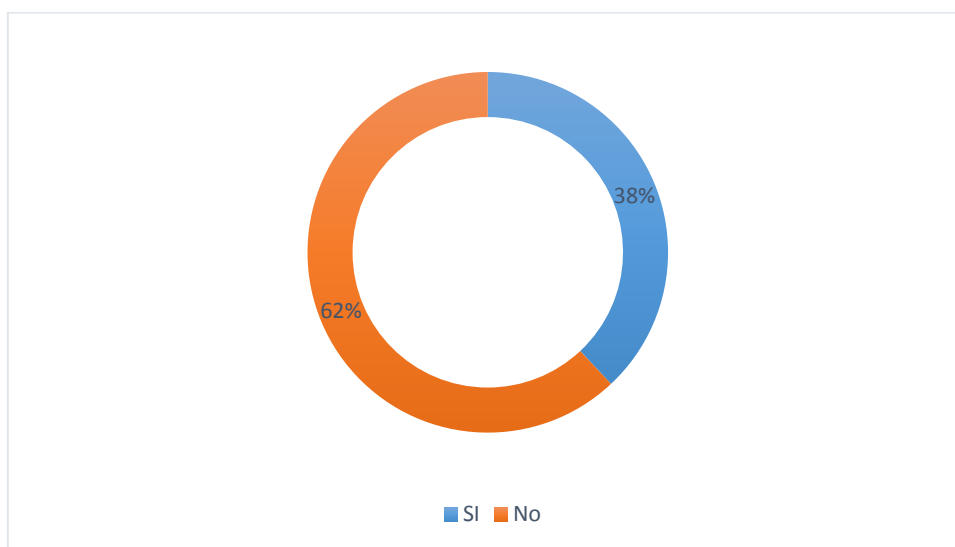
## 11. ¿Ha recibido beneficios para mejorar la producción?

**Tabla 21: Beneficio para mejorar la producción**

Beneficio	Productores	%
Si	100	62%
No	163	38%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 16: Beneficios para mejorar la producción**

*Fuente: Tabla N°21*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

a.- En el caso de responder positivamente

**Tabla 22: Tipos de beneficios**

Tipo de beneficio	N° personas	¿De quién?
Subsidio		
Asistencia Técnica	100	MAG
Otros		

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

**Análisis:** De los 263 productores encuestados, el 38% de ellos respondieron que, si han recibido y reciben un beneficio para mejorar su producción, este beneficio lo reciben por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el cual es una asistencia técnica dada por las Técnicas del Cantón Chambo; y el 38% no reciben un beneficio ya que desconocen del convenio realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) con los productores de leche.

### 3.5 ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO

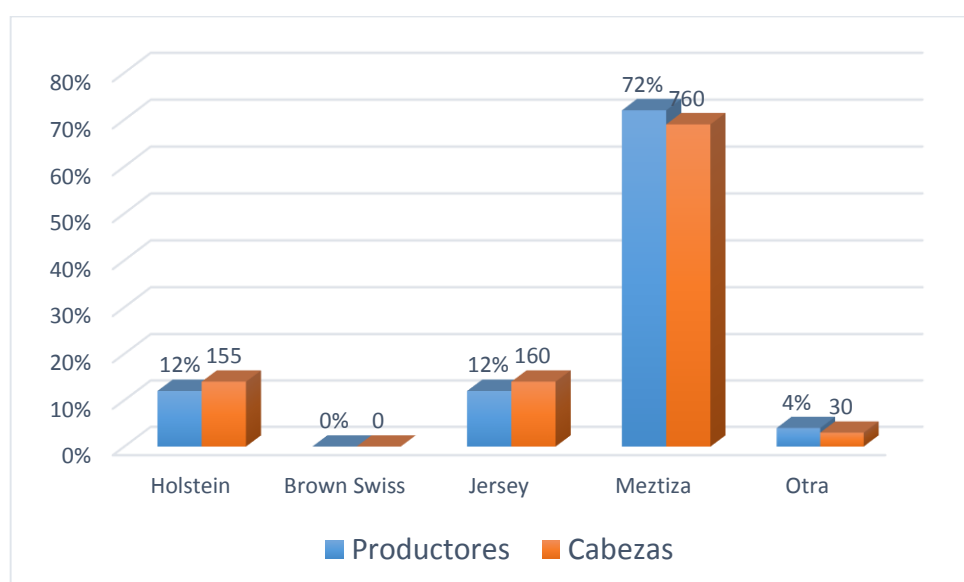
- Promedio de cabezas de ganado

**Tabla 23: Razas y número de cabezas de ganado**

Raza	Productores	Nº Cabezas	% Personas	% Cabezas
Holstein	31	155	12%	14%
Brown Swiss	0	0	0%	0%
Jersey	32	160	12%	14%
Mestiza	190	760	72%	69%
Otra	10	30	4%	3%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>1105</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 17: Razas y número de cabezas de ganado**

*Fuente:* Tabla N°25

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

De los productores encuestados 72% posee 760 cabezas de ganado mestiza y el 24% de los productores se dividen en Holstein y Jersey.

Se concluye que el 72% posee ganado mestizo ya que no tenían asesoría por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y por ello desconocían que se debían mantener ciertas razas puras y se generó el mestizaje de su ganado.

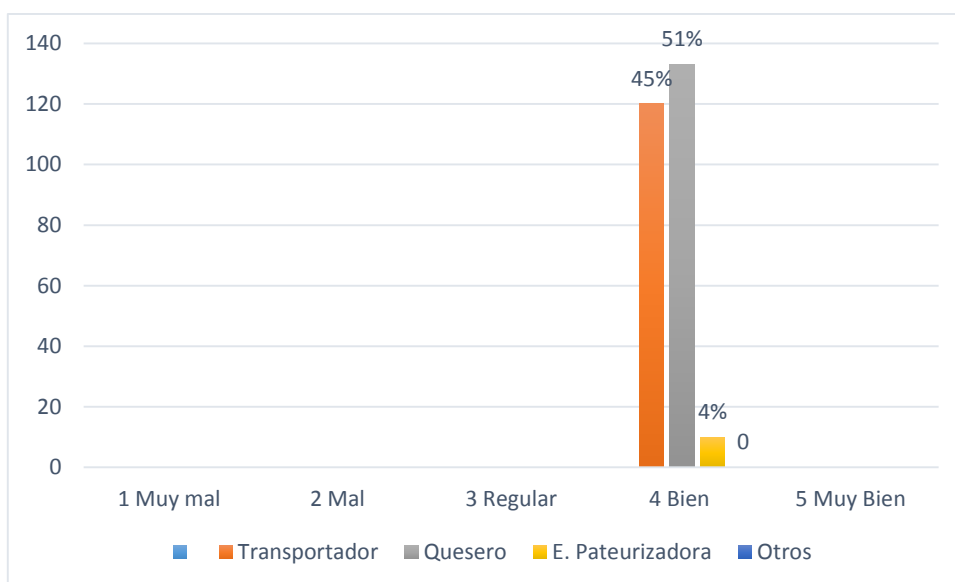
- **La calidad de transportación al momento de llevar la leche a su destino:**

**Tabla 24: Calidad de transportación**

CANAL	CALIDAD DE TRANSPORTACION		
	4 bien	%	Total
Transportador	120	45%	120
Quesero	133	51%	133
E. Pasteurizadora	10	4%	10
Otros	0	0%	0
Total	263	100%	263

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*



**Gráfico 18: Calidad de Transportación**

*Fuente: Tabla N°26*

*Elaborado por: Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)*

En el estudio realizado el 51% de los productores consideraban buena la calidad de transportación de la leche por parte de su quesero, el 45% la transportista y el 4% a la empresa pasteurizadora.

Se concluyó que los productores respondieron de una manera positiva a la calidad de transportación por parte de sus distribuidores, porque al momento de transportar la leche usaban tanques de transportación de leche que permitía mantenerla a 25°.



- **Costo de producción**

*Tabla 25: Costo de producción*

<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		
<b>Insumos</b>	<b>Precio</b>	<b>Peso/día</b>
Balanceados	0,72	1,5kg
Sal	0,2	200gr
Agua	1	
Pasto	3	
<b>TOTAL</b>	<b>4,92</b>	

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

Los productores al momento de mantener su ganado, no invierte mucho en los insumos para sus vacas, ya que el precio que reciben a cambio de su leche no lo cubre en su totalidad, y la ganancia es demasiado baja.

### 3.6 ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN

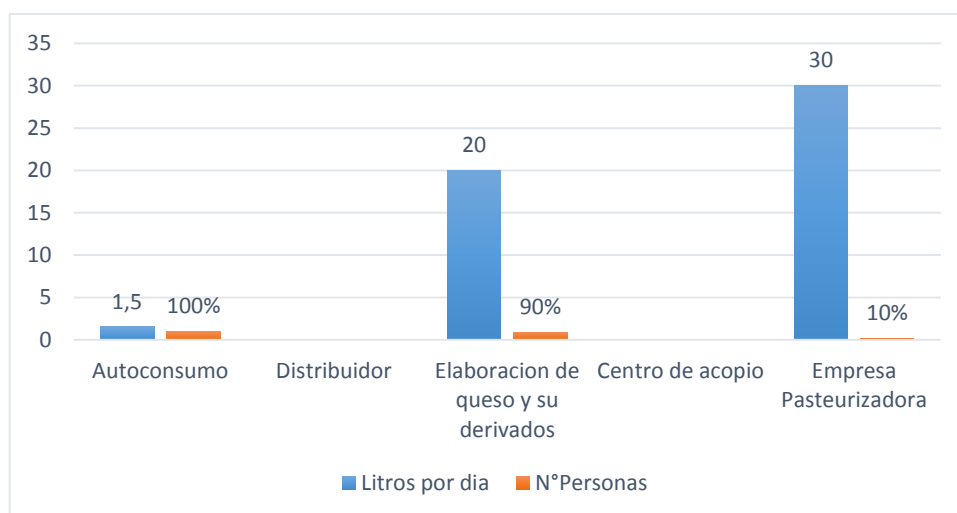
- Destino de la leche

*Tabla 26: Destino de la leche*

Destino de la leche	Litros por día		Lugar	
	Litros por día	Productores	Lugar	
Autoconsumo	1.5	263	Casa	263
Distribuidor				
Elaboración de queso y sus derivados	20	253	Chambo	253
Centro de acopio				
Empresa Pasteurizadora	30	10	Laso	10

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 19: Destino de la leche**

*Fuente:* Tabla N°28

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

En el estudio se comprobó que el 50 de los encuestados destinaban la leche a los diferentes lugares del cantón donde se encontraban sus queseros y piqueros, el 48% como autoconsumo y el 2% la entregaban a una empresa pasteurizadora.

Se concluye que el 48% de los productores entregaba su leche a piqueros y queseros porque estos no les exigían tantos requisitos y por qué la calidad de su leche no daba para entregar a empresas pasteurizadoras, solo el 2% podía generar una leche de calidad y por ende ellos tenían la accesibilidad de entregar la leche a las empresas pasteurizadoras.

- Ingresos, comercialización de la leche

**Tabla 27: Costo de Comercialización**

Costo De Comercialización	
Precio	litros de leche
0,38	1
4,94	13

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

Actualmente a los productores de leche se les paga \$0,38 por cada litro de leche y el promedio de litros diario es 13 lts de leche recuperan \$4,92 que invierten y ganan \$0,02.

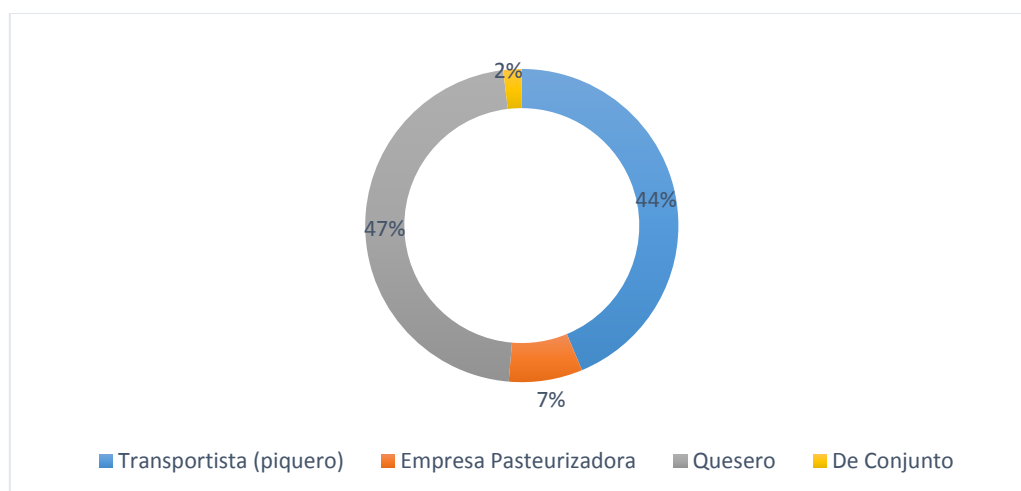
- **Fija el precio de la leche.**

**Tabla 28: Fijación del precio**

Canal	Productores	%
Transportista (piquero)	115	44%
Empresa Pasteurizadora	20	7%
Quesero	123	47%
De Conjunto	5	2%
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



**Gráfico 20: Fijación del precio**

*Fuente:* Tabla N°30

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

En el estudio realizado a los 263 encuestados el 47% de los productores les fijaba el precio de la leche el quesero, esto no era muy rentable para los productores porque el precio

siempre variaba y en muchas ocasiones les pagan muy poco ,44% de los productores el piquero el cual no era muy conveniente porque muchas veces el transportista era un intermediario les bajaba el precio y les tocaba vender para no perder el producto, 7% de los productores la empresa pasteurizadora los cual era muy rentable porque eran los que mejores que pagaban y el 2% de los productores fijaban el precio de mutuo acuerdo porque en este caso conocían a su piquero o quesero.

### **3.7 ANÁLISIS GENERAL**

El estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno de unidades productivas del cantón Chambo, provincia de Chimborazo en el periodo 2017 permitió analizar la situación actual de las unidades productivas del cantón, las mismas que no se encuentran en una condición adecuada para la comercialización y abastecimiento de la leche, en la mayoría de los casos son personas de bajos recursos económicos; que no cuentan con un centro de acopio.

Lo que da como resultado que no reciban por parte de sus distribuidores en la mayoría queseros y piqueros un pago justo a la hora de vender su leche, y por ende no les permite recuperar los costos de inversión que realizan los productores para entregar una leche de calidad que puede ser comercializada.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TITULO**

**ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DE GANADO VACUNO EN UNIDADES PRODUCTIVAS DEL CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2017**

### **4.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA.**

Chambo es uno de los diez cantones de la provincia de Chimborazo, está ubicado al noroeste de la provincia a las faldas de los montes Quilimás y Cubillín de la cordillera oriental de los andes ecuatorianos.

Chambo es uno de los primeros asentamientos de la nacionalidad Puruway, pese a esto, los trámites para su cantonización se realizan desde 1.940 hasta lograr el pleno reconocimiento oficial el 18 de marzo de 1988.

Situada a 8 km de la Ciudad de Riobamba hacia el este, se extiende en las faldas de los montes Quilimás y Cubillín de la Cordillera Oriental. Su altitud va desde los 2.400 a 4.730 msnm, con temperaturas que fluctúan entre 0 – 15° C. Limita al norte, al oeste y al sur cantón Riobamba, al este con Morona Santiago.

La cría de bovinos en Chambo es otra fuente importante de ingresos para el cantón, esto se evidencia al observar el cuadro 22 donde la cobertura de pastos cultivados solos o con árboles ocupa más del 60 % del área agropecuaria.

La ganadería tiene como objetivo la elaboración de leche, la mayoría de los ejemplares son cruza de jersey, Brown Swiss y Holstein. En el cantón se logra observar diversidad de ganaderos desde los que poseen tres ejemplares y los crían al sogueo hasta aquellos con 50 reses que disponen de suficientes potreros. Según datos del MAG–Dirección Provincial de Chimborazo a nivel cantonal existen 9 560 bovinos, de estos se obtiene un total de 45.000 litros diarios (2,9 l/día promedio cantonal), las comunidades que aportan con mayor producción son Guayllabamba (7 342 l/d) y Titaicun (3 100 l/d)

sin embargo, no son las que tienen mayores rendimientos por bovino, ese puesto lo ocupan Galteng Bajo (7,3 l/d) y Shungal (6,6 l/d) posiblemente se debe al tipo de ejemplares que se crían (mejorados genéticamente) o quizá a un óptimo manejo de pasturas (mezclas forrajeras). Los principales consumidores de leche fresca en el cantón Chambo son aproximadamente 11 queseras artesanales y las industrias lácteas PROLAC y Nutrileche, las queseras al igual que las industrias se encargan de recorrer el cantón colectando la leche.

### **Producción de leche diaria en Chimborazo.**

La provincia de Chimborazo produce en sus 10 cantones, aproximadamente 414,004 litros al día que representa el 9,3 de la producción a nivel nacional.

**Tabla 29: Producción de leche provincial**

<b>CANTÓN</b>	<b>Litros</b>
Guano	126.261
Riobamba	55.534
Alausí	54.961
Colta	49.463
Guamote	36.061
Chunchi	23.803
Penipe	23.428
Chambo	17.900
Pallatanga	17.343
Cumandá	9.210
<b>TOTAL</b>	<b>414.004</b>

*Fuente: MAG CHIMBORAZO*

En la investigación de campo realizada en el cantón Chambo, en donde se encuentra una oficina del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) encargada por técnicas zonales, se indicó que la producción real de leche diaria en el cantón es de 45,000 litros diarios.

La cantidad de litros varía, ya que el ganado que poseen los productores no produce leche en su totalidad, esto debe ya que ciertas vacas se encuentran parturientas, en estado de gestación o los primeros días de lactancia, los productores recientemente están realizando un convenio con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) para capacitarse en el cuidado de su ganado, por ejemplo, en qué lugares son peligrosos para el ganado a la hora de alimentarlos.

Las técnicas del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) recientemente a cierto grupo de productores se les entrego ganado de raza chilena, para poder reproducir este tipo de ganado y ellas mismo son las encargadas de la inseminación a estas vacas con el fin de no perder la raza.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) actualmente tiene planeado ejecutar un centro de acopio, con el fin de beneficiar a los productores del Cantón Chambo, y de esta manera eliminar a los intermediarios que perjudican a la economía de los pequeños productores. Pero de esta manera también se exigirá el mantenimiento adecuado del ganado para obtener una leche de calidad para el consumo del mismo.

### **Análisis FODA**

*Tabla 30: Análisis FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
1. Disposición innata del productor hacia la actividad de ganadería lechera. 2. Posee terrenos e infraestructuras con título de propiedad y saneados legalmente. 3. Experiencia en el proceso de transformación de la leche a bajo costo. 4. Buen nivel de conocimientos para la mejora de los procesos productivos En armonía con el medio ambiente 5. Productos procesados de calidad.	1. Informalidad y alto costo de comercialización de leche fresca. 2. Pequeñísimo nivel de distribución de los productores y ausencia de representatividad. 3. Excesivos gastos por servicio de transporte para la comercialización de los productos lácteos. 4. Falta de evaluación o calificación del trabajo de los empleados. 5. No se cuenta con un departamento de investigación y desarrollo. 6. No se cuenta con una amplia cadena de distribución.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incremento del consumo de productos lácteos diversificados y con mayor valor agregado.</li> <li>2. Incremento del consumo de productos lácteos por los programas de Asistencia alimentaria y compensación social.</li> <li>3. Acceso a nichos de mercado externos que demandan productos lácteos diversificados.</li> <li>4. Presencia de nuevas tecnologías biotecnológicas de mejoramiento genético y manejo ganadero.</li> <li>5. Apoyo financiero y técnico por miembros de entidades del gobierno para las aspiraciones de desarrollo rural que involucren a pequeños productores en entorno de pobreza.</li> <li>6. Grandes posibilidades de identificación e implementación de proyectos de inversión en desarrollo de la cadena láctea debido al proceso de regionalización</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enfrentarnos a grandes competidores dentro de un mercado competitivo.</li> <li>2. Impuestos establecidos por el gobierno.</li> <li>3. Costos de materia prima o insumos para la producción.</li> <li>4. Productos sustitutos</li> <li>5. Cambios en los gustos y preferencias de los consumidores</li> <li>6. Altos niveles de competencia de la obtención láctea.</li> </ol>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)



### **4.3 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

En el estudio se pudo comprobar que actualmente los productores de leche del cantón Chambo reciben una asistencia técnica la cual consiste en el asesoramiento directo al productor en los aspectos que afectan a la producción agraria de su explotación, así como el asesoramiento a otras entidades relacionadas con la ganadería (ExpoEcuador,2016) los servicios de asistencia técnica se presentan mediante la asignación de un técnico de referencia, especializado por especie, a cada explotación y en ocasiones con la participación o apoyo de otros técnicos especializados en aspectos concretos, como son: alimentación,pasto,producción,calidad higiénica de la leche mejora de instalaciones, asesoría contable y fiscal.

Gran parte del asesoramiento está basado en las visitas que periódicamente realizan los técnicos a los productores. (Instituto Técnico y de Gestión Ganadera,2013). La función que cumple el asistente técnico es de asesorar, solucionar problemas, debe hacer recomendaciones muy claras y precisas basadas en una consideración completa del problema, el asistente técnico puede ser: veterinario, ingeniero agrónomo, zootecnista, administrador agropecuario entre otros. Aunque esta ayuda es eficaz y vital para los productores de leche no cuenta con una entidad legal que los respalde al momento de comercializar su producto como ejemplo una Asociación de Ganaderos o Productores de leche con los distribuidores y por estos motivos en muchos casos hay abuso por parte de los queseros quienes compran la mayor parte de la leche producida en el cantón no pagan un precio justo, también se pudo constatar que no tienen acceso a un centro de acopio y por esto no pueden comercializar la leche a grandes empresas pasteurizadoras, aunque ya existe un convenio con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) para la creación de dos centros de acopio en Llacud y Guayabamba y recoger la leche de todos los productores, estos centros de acopio conjunto con una Asociación de productores de leche del cantón chambo se logrará incrementar la parte económica de los lecheros porque ayudara a establecer un precio fijo para la venta de la leche entre productor y distribuidor.

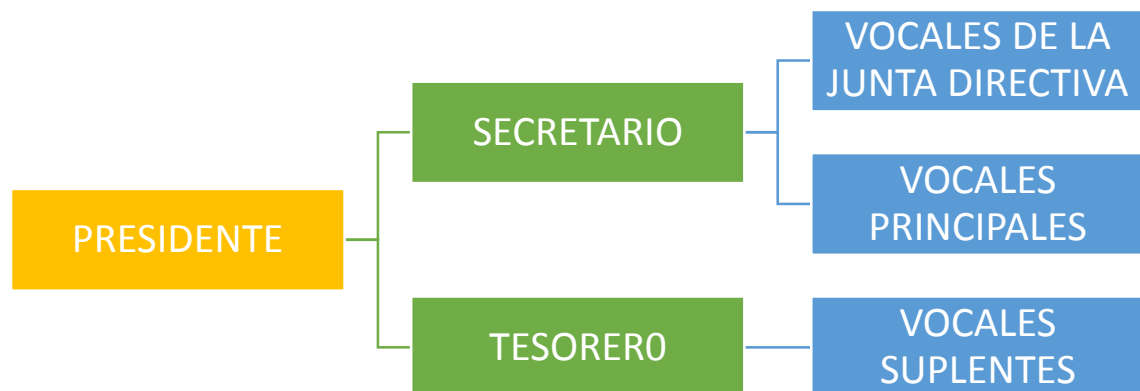
#### 4.3.1 Datos básicos de la asociación.

Los datos básicos para la creación de esta asociación serán los siguientes:

- Razón Social.
- Registro único de contribuyente.
- Provincia de ubicación.
- Cantón de ubicación.
- Dirección.

#### 4.3.2 Junta directiva

La junta directiva se representará en el siguiente organigrama.



**Figura 2: Organigrama de la Asociación**

*Fuente:* Investigación de campo  
*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

#### 4.3.3 Beneficiarios

Los beneficiados al crear esta asociación serán los productores de leche del cantón Chambo, sectores cercanos y sus allegados.

#### **4.3.4 Misión**

La Asociación de Productores de leche de CHAMBO presenta la siguiente Misión:

“La Asociación de Productores de leche de CHAMBO es una empresa joven del cantón Chambo, que produce y comercializa leche, principalmente para la elaboración de quesos, para satisfacer las expectativas del consumidor.

#### **4.3.5 Visión**

La Asociación de Productores de leche de CHAMBO presenta la siguiente Visión:

“La Asociación de Productores de leche de CHAMBO, busca ser la mejor en lo que se refiere a producir y comercializar leche, principalmente para la elaboración de quesos, a nivel de la provincia de Chimborazo en un lapso de 2 años.

#### **4.3.6 Análisis macro ambiental.**

##### **4.3.6.1 Factor Económico**

La economía ecuatoriana mostró un incremento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período del año anterior.

La economía no petrolera sostiene el crecimiento económico durante 22 trimestres contiguos en su desarrollo inter-anual. En el segundo trimestre de 2015 el VAB No Petrolero se incrementó en 2,4%.

Las variables macroeconómicas que más favorecieron al crecimiento de 1,0% del PIB fueron el Gasto de Consumo Final de los Hogares, el Gasto de Consumo Final del Gobierno y las Exportaciones.

#### **4.3.6.2 Factor Político**

El Ecuador se ha caracterizado por una constante inestabilidad política durante los últimos años, esto debido a diferentes factores que han afectado directamente a los sectores más sensibles de la sociedad.

La Organización No Gubernamental Transparencia Internacional, que anualmente elabora el estudio Índice de Percepción de la Corrupción, que analiza a un total de 175 países para elaborar el ranking de corrupción en el año 2014 en el cual Ecuador ocupa el puesto N.º 110.

#### **4.3.6.3 Factor Tecnológico**

La lista de los países más innovadores sirve para reconocer la importancia de la innovación para posibilitar un crecimiento sostenido y sólido, prolijo en creación de empleo. La lista toma el pulso a 143 economías, midiendo 81 indicadores diferentes. Ecuador ocupa el puesto N.º 115 Los datos pertenecen al Global Innovación Índice, que llevan a cabo la Universidad de Cornell (Australia), la escuela de negocios INSEAD y la World Intellectual Property Organization del año 2014.

#### **4.3.6.4 Factor Social**

El sector público social en el Ecuador se ha constituido en uno de los escenarios que condensan la mayor conflictividad de intereses políticos y demandas insatisfechas relacionadas con el desarrollo emanado por parte de la población.

En los últimos años el gobierno ha desarrollado programas para el beneficio de la ciudadanía entre estos tenemos: Infancia Plena, Te quiero sano Ecuador, Acción Nutrición, entre otros, lo que ha logrado que los índices de bienestar familiar aumenten y sean notables.

#### **4.3.6.5 Factor Ambiental**

Actualmente las políticas del Ecuador han ido cambiando, existe un desarrollado en las políticas ambientales las cuales tienen como objetivo la protección del medio ambiente y sus recursos de una manera sostenible y sustentable.

El mayor problema ambiental está asociada al sector lácteo, básicamente con los residuos líquidos y sólidos. Los residuos sólidos formados en el proceso productivo son, en su mayoría estos son reciclados hacia otros sectores industriales; mientras que los lodos generados en la planta de tratamiento son dispuestos en vertederos o reutilizados como abono dependiendo de los casos. En tanto a los desechos sólidos son menores y pueden ser eliminados en un relleno sanitario.

#### **4.3.7 Leyes y regulaciones**

Las leyes en el Ecuador son variables y aún más en los últimos años en los que ha habido muchas reformas como la Nueva Constitución que fue aprobada el primero de agosto del 2009, por tales cambios que vienen dándose los planes solo pueden hacerse a corto plazo.

##### **4.3.7.1 Entorno Económico**

La producción de leche tiene varios factores económicos que no se han visto afectados por los diversos cambios económicos ya que se ha respetado los productos de la canasta familiar prueba de ello es que las tasas de interés han bajado en los dos últimos años, sobre todo en los Bancos estatales que tienen una tasa para inversión del 12%, y han ampliado sus préstamos para la creación de nuevos negocios y otros préstamos de inversión de capital. El Estado desea fomentar la inversión en los buenos proyectos, con riesgos mínimos, pues proporcionan a los inversionistas rentabilidad competitiva.

##### **4.3.7.2 Entorno Tecnológico**

En la actualidad los cambios tecnológicos han permitido mejorar los procesos en la Asociación no existe una sistematización adecuada, ya que solamente cuenta con un sistema de facturación sencillo donde se refleja también una sistematización en el control

de inventarios, que permiten que la organización opere con un control en todos los procesos de venta.

#### **4.3.7.3 Entorno del Gobierno**

En la actualidad el Ecuador tiene al frente un gobierno socialista, con prácticas comerciales de defensa al consumidor, para lo que ha impuesto regulaciones formales favorables en relación con la operación de las empresas de comercialización y producción Nacional.

#### **4.3.7.4 Análisis micro ambiente**

Con el análisis del micro ambiente se pretende obtener una evaluación actual de la situación de la empresa, el cual nos permita reconocer las oportunidades y amenazas que posee dentro de su entorno evaluando los siguientes factores según las 5 Fuerzas de Michael Porter.

#### **4.3.7.5 Extracción de leche:**

Los productores del Cantón Chambo extraen la leche en el siguiente horario:

4am, y 5:30am, el ordeño se realiza a estas horas para entregar la leche en las primeras horas del día para que no pierda su frescura y su nivel de ácidos no se altere y su temperatura se mantenga en los 25° este proceso se realiza con el amarre de las extremidades inferiores de la vaca para evitar un accidente con el ordeñador al momento de ordeñar la vaca, luego se lava la ubre, se secan con un paño limpio posteriormente se empieza con el ordeño en el cual la leche se va depositando en pequeños baldes.



**Figura 3: Extracción de leche**  
 [Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)



**Figura 4: Extracción de leche**  
 [Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)



**Figura 5: Extracción de leche**  
[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)

#### 4.3.7.6 Entrega al Distribuidor

Abastasen al distribuidor (quesero, piquero o empresa láctea), a las 7am, la entrega de la leche se la realiza a esa hora, porque se ha finalizado con el proceso de cernir la leche y verificar su limpieza, porqué es uno de los requisitos que les piden los distribuidores a los productores de leche del cantón Chambo, al no cumplir con este requisito en muchos casos no les compran la leche o les pagan un precio muy por debajo del precio mínimo de compra.



**Figura 6: Entrega al quesero**  
[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)



#### **4.3.7.7 Buenas prácticas ganaderas**

La inocuidad de la leche se genera en la producción primaria y comprende, entre otros aspectos, la salud de los animales, los tratamientos con medicamentos veterinarios, la alimentación, la higiene del ordeño, el almacenamiento y la conservación de la leche en la finca (ICA, 2011). Las Buenas Prácticas Ganaderas consisten en un sistema de aseguramiento de calidad e inocuidad en la producción primaria, cuyo propósito es obtener alimentos sanos e inocuos en las fincas (ICA, 2011). Un alimento inocuo es aquel que no constituye riesgo para la salud, es decir, es un alimento sano, que no contiene agentes físicos, químicos o biológicos que puedan causar daño a la salud de los consumidores (ICA, 2011). En este orden de ideas, las Buenas Prácticas Ganaderas aplicadas a la producción de leche, tienen como propósito la obtención de leche inocua, o sea, óptima para el proceso de higienización y que no constituya ningún riesgo para la salud del consumidor. Los procesos higienización comprenden, entre otros, la pasteurización y la ultrapasteurización (ICA, 2011). Las Buenas Prácticas Ganaderas en ganadería de leche contemplan los procesos de producción, ordeño y conservación de la leche en las fincas (ICA, 2011).

#### **4.3.7.8 Alimentación del ganado**

Dependiendo del tipo de pastos que tengan los productores dependerá la calidad de leche que vamos a tener; si una vaca está alimentada con pastos que no se fertilizan y no se suplementan en cantidad suficiente sus minerales, en especial calcio y fósforo que necesitará para producir leche, la producción será deficiente. Si se alimenta en forma escasa a las vacas se reduce la producción de leche y el porcentaje de lactosa. Para obtener buena salud y una producción buena de leche, no se necesita un tipo especial de alimento, sino el adecuado balance de nutrientes: Energía, proteína, minerales y vitaminas. No se deben suministrar alimentos o forrajes en descomposición o que estén fermentados porque pueden producir intoxicaciones, diarreas. Si se suministra ensilados, es preciso tener en cuenta, su pH y controlar adecuadamente los aditivos que se le agregue porque pasan a la leche, solo debe usarse los permitidos. El ensilado debe darse fuera de las salas de ordeño porque tiene alto contenido de bacterias anaerobias que contaminan la leche, el ensilado se debe suministrar en los corrales. No se deben suministrar alimentos o forrajes en descomposición o que estén fermentados porque pueden producir

intoxicaciones, diarreas. Todas las sustancias aromáticas de pastos y alimentos como malezas como el anamú, pasan a la leche y pueden afectar su composición y sabor. Uno de los factores externos con mayor influencia sobre el rendimiento y calidad de la leche, es la alimentación, no solo basta con suministrar una ración balanceada y correctamente calculada es suficiente. Así, aunque usted aumente ciertos alimentos no aumentará la proporción de ciertos componentes de la leche, por ejemplo, la grasa depende del pasto o alimento que consuma, es decir, lo aporta el alimento, en el organismo de la vaca se forman ciertos ácidos grasos como son el ácido linoleico, linolénico que tienen dos carbonos y a su vez poseen doble y triple enlace insaturado que afectan el contenido de grasa láctea.

#### **4.3.7.9 Instalaciones y equipo**

La importancia del diseño sanitario es primordial porque nuestros campesinos, en su mayoría, carecen de ello y no le dan la importancia que se merece. Con unas buenas instalaciones se minimizan muchos problemas en el manejo y en la reducción de flora patógena o para mejor ilustración, se presenta a continuación un enfoque de los requerimientos técnico-sanitarios que debe tener una finca.

#### **4.3.7.10 Finca lechera**

El correcto alojamiento de las vacas es una de las exigencias del éxito de una explotación lechera, razón por la cual es necesario disponer de instalaciones funcionales y bioseguras. Localización Y Accesos. Los hatos lecheros deben ubicarse en sitios amplios y seguros, alejados de focos de insalubridad con el fin de prevenir problemas de tipo sanitario. Los elementos mínimos que debe tener un hato lechero son: Un ordeñadero, un corral anexo, un cuarto de leche, agua abundante y limpia. Diseño Y Construcción Del Ordeñadero (Dimensiones). Las dimensiones del ordeñadero dependen del número de animales que tenga y la topografía del terreno.

#### **4.3.7.11 Orientación**

Para climas fríos y medios se recomienda ubicar el eje longitudinal del ordeñadero en dimensión Norte-Sur, para cortar las corrientes de aire. Los laterales y las puertas deben

estar al oriente y occidente, para que el ganado reciba mayor cantidad de luz en la mañana y en la tarde. En clima cálido es recomendable ubicar el ordeñadero en el sentido oriente-occidente, para cortar la luz directa de la mañana y de la tarde, mientras que los laterales y las puertas deben estar al Norte y sur.

#### **4.3.7.12 Corrales**

Debe existir un lugar donde lleguen y se reúnan todas las vacas junto al ordeñadero. Este corral permite que las vacas descansen antes del ordeño y sirve para darles alimento suplementario y agua.

#### **4.3.7.13 Cuarto de leche**

La leche y los utensilios utilizados durante el ordeño, como: Baldes, cantinas, filtros, agitadores, cepillos, deben guardarse en un cuarto allegado, pero separado físicamente al ordeñadero.

#### **4.3.7.14 Ordeñadero**

El adelanto en la economía depende como se obtiene la leche en las fincas, si por algún motivo se ordeñan de una forma defectuosa o antihigiénica, repercute sobre la calidad final de la leche, tanto en su valor, posibilidad de venta. El ordeñadero se debe considerar como el lugar más importante en la finca, porque allí es donde se va a obtener la leche que se va a vender y con este dinero se va a mantener la economía del ganadero. Por lo tanto, debe observarse rigurosas medidas sanitarias; es necesario entender que las vacas en su ambiente natural están sucias, pero es imperativo reducir esos gérmenes y suciedad con prácticas de lavado y desinfección. Para mejor manejo debe haber un corral de espera junto al ordeñadero para reunir todas las vacas, para que descansen antes de ordeñarlas

#### 4.4. COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE PARA LOS PRODUCTORES DEL CANTÓN CHAMBO.

En la tabla 31 se puede apreciar los costos fijos y variables de los productores del cantón Chambo en la cual la producción de leche que es vendida a los queseros no les deja una ganancia al contrario les genera una pérdida de 1,23 USD por eso se propone la creación de la Asociación de productores de leche del cantón Chambo para que esta manera trabajen directamente con el centro de acopio propuesto por el MAG a desarrollarse en el periodo 2018 en el cual los productores podrán recibir una pago d3 0.42 USD por cada litro de leche dejando un margen de ganancia de 0.04 USD.

*Tabla 31 Costos variables y fijos de los productores pequeños*

PRODUCTORES PEQUEÑOS		
	AÑO	2017
COSTO VARIABLES	<b>Alimentación</b>	<b>\$702</b>
	Balanceados	\$270
	Sales	\$72
	Agua	\$360
	<b>Sanidad Animal</b>	<b>\$60</b>
	Ungüento para ubre	\$40
	Celulosas	\$20
	<b>Pasto</b>	<b>\$1080</b>
	<b>Insumos de operación</b>	<b>\$80</b>
	Envases para almacenamiento	\$80
	<b>Combustibles y Lubricante</b>	<b>\$120</b>
	<b>Transporte</b>	<b>\$30</b>
	<b>TOTAL, COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$2072</b>
COSTOS FIJOS	Mantenimiento de equipos	\$3,24
	Mano de obra	\$70,53
	Arriendos	\$39,14
	Otros	\$32,55
	<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$145,46</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES + COSTOS FIJOS</b>		<b>\$2217,46</b>

*Fuente:*Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

#### 4.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LECHE DEL CENTRO DE ACOPIO QUE SE IMPLEMENTARA EN EL CANTÓN CHAMBO.

*Gráfico N° 21 Modelo de Informe de producción sin inventario*

<b>CENTRO DE ACOPIO CHAMBO</b>		
<b>Informe de cantidad de producción</b>		
Unidades que ingresan al proceso	Materia prima (en litros)	20 000
Unidades resultantes del proceso	Productos terminado (en litros)	20 000

*Fuente:*Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

*Gráfico N° 22 Modelo de Informe de costos de producción*

<b>CENTRO DE ACOPIO CHAMBO</b>	
<b>Informe de costo de producción.</b>	
	USD
Materia de prima	8.400,00
Mano de obra	25,00
Costos Generales	1.293,43
<b>TOTAL</b>	<b>9.718,00</b>

*Fuente:*Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

Para calcular el costo unitario se utilizará la siguiente formula:

$$\text{Costo de producción} = \frac{\text{Costo totales del periodo}}{\text{Unidades producidas en el periodo}} = \frac{9.718,43}{20.000} = \$0,49$$

En la tabla N°23, se propone un formato para calcular el costo de producción, basado en los costos directos e indirectos.

**Tabla N° 33 Modelo de Informe de costos de producción**

Descripción			Unidad	Cantida d	V/Unitario (USD)	Total (USD)
COSTOS VARIABLE S	Costos Directos	Leche en litros/día	Lts	20000	0,42	8.400,00
		Conservante (citrato de sodio)	Kg	10	2,8	28
		Regulador de Acidez	Lts	2	6	12
		Costo de transporte del campo a la planta	\$	20000	0,03	600
		Costo del tanquero	\$	20000	0,03	600
		TOTAL COSTOS DIRECTOS				9.640,00
	Costos Indirectos	Agua	m3	2	0,5	1
		Energía Eléctrica	Día	1	15	15
		Gas	tanque	1	2,5	2,5
		Insumos de laboratorista	DIA	1	26,6	26,6
TOTAL COSTOS INDIRECTOS					45,1	
Costos Fijos		TOTAL COSTOS VARIABLES (CD+CI)				9.685,10
		Laboratorista	DIA	1	18,33	18,33
		Recepcionista	DIA	1	6,67	6,67
		Materiales e insumos de limpieza	DIA	1	8,33	8,33
		TOTAL COSTOS FIJOS				33,33
Gastos Administrativos		Gerente	DIA	1	26,67	26,67
		Asistente Administrativo	DIA	1	13,33	13,33
		Secretaria	DIA	1	6,67	6,67
		Contador	DIA	1	4	4
		Materiales de oficina	DIA	1	2,67	2,67
		Guardián	DIA	1	10	10
		Arriendo de oficina	DIA	1	1,67	1,67
		Arriendo de garaje	DIA	1	2,33	2,33
		TOTALES GASTOS ADMINISTRATIVOS				67,34

*Fuente:* Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

El formato de cálculo propuesto registra los costos de producción diarios; se los ha dividido en tres partes: Costos Variables: costos directos e indirectos que participan dentro del proceso productivo. Costos Fijos: corresponden a los pagos por personal y materiales necesarios para el proceso de producción cuyos valores son permanentes.

Gastos Administrativos: todos los pagos al personal que labora en el Centro de Acopio sin intervenir en el proceso productivo, materiales de oficina, arriendos.

**Tabla N° 34 Modelo de Informe de costos de producción**

Descripción	
Total costos variables	9.685,10 USD
Total costos Fijos	33,33 USD
Total costos administrativos	67,34 USD
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>9.785,77 USD</b>
Total Leche	20.000 USD
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>0,4893 USD</b>

*Fuente:*Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

Según los datos del Gráfico N° 24, diariamente los Costos Variables ascienden a 9685,10 USD, los Costos Fijos a 33,33 USD y los Gastos Administrativos a 67,34 USD, dando un total entre costos y gastos de 9785,77 USD. Como la producción diaria es de 20.000 litros de leche, se obtiene un Costo Unitario de 0,49 USD.

**Tabla N° 35 Modelo de Informe de costos de producción**

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA		COSTO DE PRODUCCIÓN		UTILIDAD	
		Unitario	Total	Unitario	Total	Unitario	Total
Leche enfriada por día (en litros)	20000	0,51	10.200,00	0,49	9.785,77	0,02	414,23

*Fuente:*Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) Chambo.

*Elaborado por:* Ojeda, G & Hinojosa, P (2017)

El precio de venta se establece de acuerdo con la oferta en el mercado, el cual será 0,51 USD, para las empresas comercializadoras de leche lo que le dejará un margen de 0,02 USD por litro de leche vendido, ya que el costo de producción para el centro de acopio será 0.49 USD. Además, a los productores el costo de producción por cada 13 litros de leche que obtienen de una vaca es \$4,92 con la creación del asociación y la venta directa al centro de acopio en el cual se exige por ley que se les pague el valor de 0.42 USD es decir que su utilidad diaria sería de 0,04 USD por cada 13 litros de leche

## CONCLUSIONES

Este estudio de abastecimiento y comercialización de leche de ganado vacuno en unidades productivas del cantón Chambo busca analizar el mercado y las posibilidades económicas que puede tener los productores de leche de dicho cantón, mediante la organización de los ganaderos de la localidad, una vez hecha las indagaciones correspondientes se pudo concluir de la siguiente manera:

- Para comprobar la idea a defender del proyecto se toma como base la siguiente información, la producción global diaria, de leche de vaca del cantón Chambo, serviría para abastecer un centro de acopio, y poner en funcionamiento toda su capacidad productiva, sin embargo, del 100% de este recurso se utiliza para ser vendidos quesero o piqueros (elaboración de quesos, consumo minorista, etc.).
- El 50% de los productores encuestados para determinar el comportamiento del sector de comercialización, indicó que existe un bajo costo de sus consumidores hacia la leche es \$0,38 Cts. por cada litro y esto solo les permite obtener una ganancia de 0,02cts por cada litro de leche, los productores creen que la industrialización de la leche y un centro de acopio en el cantón Chambo generaría más fuentes de trabajo y una mejor paga de la leche.
- Al realizar el análisis del sector productivo, se determinó que la leche que se produce en el cantón Chambo, por parte del sector primario, no sufre ningún proceso de producción industrial, esta se destina a la elaboración de queso, a la venta al por menor al consumidor final y cierta parte es acopiada para su posterior comercialización a la industria, con lo cual no se genera valor agregado en la producción, desperdiciando un posible recurso para mejorar los ingresos.



- Con respecto a los aspectos tecnológicos y del estudio de abastecimiento y comercialización, se pudo determinar que la leche, para tener éxito y penetración en el mercado, necesita conservar sus componentes nutricionales (proteínas, lípidos, azúcares, sustancias minerales y vitaminas), como también sus características organolépticas (color, olor, sabor, textura y opacidad), a todo esto se debería sumar un riguroso proceso de producción en todos sus flujos (recepción, enfriamiento, filtración, almacenamiento, pasteurización, balance de flujos, precalentamiento, centrifugación, pasteurización, enfriamiento, almacenamiento y envasado) y establecer un plan de marketing, haciendo referencia al producto, la plaza, la promoción y el precio.
- Las indagaciones del estudio, determinaron que, al crear una asociación de productores de leche, los pequeños y medianos productores del cantón Chambo podrán entregar su producto al centro de acopio propuesto por el MAG a desarrollar en el sector de Guayllabamba en donde les pagarán un valor estimado de \$0,49 por cada litro de leche.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones están basadas en las conclusiones obtenidas mediante el proceso de investigación, las mismas que se ponen en consideración a continuación:

- A pesar de que la producción global diaria de leche de vaca del cantón Chambo, es utilizada para fines de abastecer el mercado interno, a través del consumo directo y para la elaboración de derivados como el queso criollo, los ganaderos de la localidad deberían aprovechar estos recursos y tomar en cuenta la importancia de la industrialización de la leche, la misma que podría traer beneficios económicos para toda la cadena de valor de la leche.
- El sector primario, tendría que estudiar todo el potencial que tiene, la producción de leche, puesto que el ganadero cría el ganado vacuno, ya poseen los productores naturales, que solo necesitan de buena alimentación, por último, debería analizar la forma de tecnificar su producción, de esta manera los procesos serían más eficientes, ya que los pecuarios ordeñan la leche de forma artesanal, si el productor implementa tecnología esto logrará que las ganancias pueden ser mayores.
- La organización de los ganaderos de la sierra, les ha permitido tener un gran posicionamiento en el sector industrial lácteo ecuatoriano, alcanzando el 73% de la producción nacional, mientras que la costa solo alcanza un 19%, la posibilidad de organizarse técnica, económica y financieramente en el cantón Chambo contribuiría en aumentar la relación porcentual de la provincia de Chimborazo, cabe mencionar que antes de cualquier emprendimiento de los pecuarios, deben empaparse de las condiciones de los proyectos nacionales y conocer cuáles son las instituciones que regulan el proceso de producción de la cadena de valor de los derivados de la leche.
- Los ganaderos del cantón Chambo, deberían hacer uso de un proceso de análisis de costos de producción, de cada litro de leche producido en finca o hacienda, para presentar las propuestas al gobierno nacional y este no fije arbitrariamente los precios, bajo la denominada protección efectiva, que si bien es cierta es tomada en cuenta para establecer los ingresos de los pecuarios; más no para determinar márgenes de

ganancias a través de una diferencia con los costes; y establecer un plan de marketing, haciendo referencia al producto, la plaza, la promoción y el precio.

- Se debería incentivar a los pecuarios para que vendan la materia prima a la planta envasadora y de esta manera poner a trabajar toda la capacidad productiva de las maquinarias, esto haría reducir los costos y poder brindar un mejor precio; por ende, obtener mayor utilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aker, H. (10 de Mayo de 2017). *Análisis de Ventas*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-informe-de-analisis-de-ventas-13162.html>
- Alias, C. (13 de junio de 2017). *Ciencia de la leche*. Obtenido de <http://www.edualimentaria.com/leche-y-derivados-composicion-y-propiedades>
- Ariño, A. (2003). *Alimentos y Nutrición*. Madrid: Ediciones Diaz Santos.
- Baca, G. (2016). *Estudio de mercado*. México: McGraw-Hill.
- Bort, A. (2004). *Merchandising*. Madrid: Esic Editorial.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos*. Madrid: Ideaspropias Editorial.
- Charles, W; Lamb, J & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México: Cengage Learning.
- Crece Negocios. (12 de Mayo de 2017). *Análisis del consumidor*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Don, J. (2008). *La leche, la manteca y el queso*. México: Pearson.
- Eliecer, J. (2013). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Espinosa, R. (07 de Mayo de 2017). *Marketing Mix*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fisher, L. (2012). *Mercadotecnia*. México: Pearson Educación.
- Gómez, E. (05 de Agosto de 2017). *Gerencia de proyectos de innovación tecnológicas*. Obtenido de <https://sites.google.com/a/espe.edu.ec/gerencia-de-proyectos-de-innovacion-tecnologica/home/analisis-porter-de-las-cinco-fuerzas>
- Mayorga, H. (13 de Junio de 2017). *Gestión Cadena de Suministros*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/preppie83/gestin-de-la-cadena-de-suministros-16726241>
- Hernandez, C. (2000). *Plan de Marketing Estratégico*. Barcelona: Club Universitario .
- Kotler, P. (2010). *Marketing 3.0*. México: Vértice.
- Lamb, C. (2002). *Marketing*. México: International Thomson.

- Superintendencia de control del poder de mercado. (13 de Junio de 2017). *Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores* Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/manual-de-buenas-practicas-comerciales-para-supermercados-y-proveedores/>
- Crece Negocios. (25 de Mayo de 2017). *Análisis de la competencia* Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>
- Ponce, J; Vance,K & Sión, V. (2016). *Acuerdo Interministerial*. Obtenido de [www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06IGC2017-INFORME](http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06IGC2017-INFORME).
- Rivadeneira, D. (05 de Septiembre de 2017). *Empresa y Actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Rivera, J; López-Rua, M. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones* (2 ed.). México: Alfa Omega.
- Sociedad Industrial Ganadera . (04 de Agosto de 2017). *El ordeño S.A*. Obtenido de <http://www.elordeno.com/es/quienes-somos.html>
- Unidad Editorial Revistas. (12 de Mayo de 2017). *Proceso de la Leche*.Obtenido de Cuidate Plus: <http://www.cuidateplus.com/quienes-somos.html>

## ANEXOS

### *Anexo 1: Encuesta*

#### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



#### ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING

#### INNOVA MKT



### ENCUESTA A PRODUCTORES

Estimados productores: El incremento de la sostenibilidad y competitividad de la cadena de suministros y comercialización láctea es un objeto estratégico para su bienestar y el crecimiento económico y social de la provincia de Chimborazo. Ayúdenos con sus criterios. Le ofrecemos la oportunidad de recibir los resultados obtenidos del presente estudio.

#### INFORMACION LEGAL.

Fecha encuesta: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_

Nombre del propietario: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ años. Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

Nivel de instrucción del propietario: Universidad ( ) Tecnológico ( ) Secundaria ( ) Primaria ( ).

Dirección del Propietario: \_\_\_\_\_

#### 1.- ¿Cuál es el modo de reproducción ganadera utilizado por usted?

Semental ( ) Inseminación Artificial ( ) Ambos ( )

#### 2.- Tipo de ordeño:

Manual ( ) Mecánico ( ) Ambos ( )

#### 3.- ¿Qué clase de raza de ganado y cuántas cabezas posee actualmente?

HOLSTEIN ( ) JERSEY ( )

BROWN SWISS ( ) MEZTIZA ( )

OTRA..... Número de cabezas: .....

#### 4.- ¿Qué cantidad de leche diaria estima Ud. Que produce su ganado actualmente?

Litros diarios.....

**5.- Destino de la leche:**

<b>Destino de la leche</b>	<b>Litros por día</b>	<b>Lugar</b>
Autoconsumo		
Distribuidor (Piquero)		
Elaboración de quesos o sus derivador		
Centro de acopio		
Empresa Pasteurizadora		

**6.- Evalué a sus PROVEEDORES de manera general en las siguientes categorías siguiendo esta escala:**

<b>Muy Mal</b>	<b>Mal</b>	<b>Regular</b>	<b>Bien</b>	<b>Muy Bien</b>
1	2	3	4	5

<b>CATEGORIAS</b>	<b>Precios</b>	<b>Estabilidad de suministros</b>	<b>Calidad de producto</b>	<b>Localización</b>
Fertilizantes				
Balanceados				
Complementos alimenticios				
Vacunación				
Sales minerales				
Pajuelas				
Otras que usted considere:				

**7.- Evalué a su DISTRIBUIDOR de manera general en las siguientes categorías.**

Muy Mal	Mal	Regular	Bien	Muy Bien
1	2	3	4	5

CANAL	Precios	Cumplimiento en la recolección	Calidad de transportación	Confianza
Transportador (Piquero)				
Quesero				
Empresa Pasteurizadora				
OTROS				

**8.- ¿Quién fija el precio de la leche que usted vende?**

Transportista (Piquero)..... Empresa Pasteurizadora.....

Quesero..... En conjunto.....

**9.- A usted le exigen requisitos de calidad de la leche por parte del distribuidor?**

No ( ) Si ( )Cuál? .....

**10.- ¿Qué medidas de calidad Ud. Aplica al momento de entregar el producto a su cliente?**

.....

**11.- ¿Ha recibió beneficios para mejorar la producción?**

Si: ..... No: .....

**a.- En el caso de responder positivamente.**

Tipo de beneficio	¿De quién?
Subsidio	
Asistencia Técnica	
Otros	



## **RESULTADOS**

### **Guía de entrevista**

**1.- TITULO:** Estudio de abastecimiento y comercialización de unidades productivas en el Cantón Chambo

**2.- OBJETIVO:** Conocer la realidad que viven los productores del Cantón Chambo a través de las técnicas del MAG sucursal Chambo.

### **3.- LUGAR**

Cantón Chambo Provincia de Chimborazo

**Fecha:** 11 de Julio del 2017

**Hora de inicio:** 09am

**Hora de finalización:** 11am

### **4.- DATOS GENERALES:**

**Nombre del entrevistado:** Yesenia Alexandra Miranda Guerrero.

**Profesión u Ocupación:** Técnica del MAG en el cantón Chambo

**Edad:** 30      **Instrucción Formal:** Ingeniera Agrónoma

**Institución donde labora:** Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

### **5.- NOMBRE DEL (LOS) ENTREVISTADOR (ES):**

Denise Pamela Hinojosa Valverde

Génesis Vanessa Ojeda Pazmiño

### **6.- PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA**

1. ¿Quiénes producen leche en el Cantón chambo?
2. ¿Cuántos productores de leche existen actualmente en el Cantón?
3. ¿De qué calidad es la leche que producen en el cantón?
4. ¿Actualmente a quien entregan la leche los productores de chambo?
5. ¿Cuál es la ayuda que brinda usted como técnica del MAG a los productores de leche del Cantón?

## **RESPUESTAS:**

1. Los pequeños productores y las diferentes fincas que se encuentran en las comunidades del Cantón.
2. Actualmente se registran unos 800 productores entre micro y macro productores, en su mayoría son pequeñas familias que poseen 4 o 5 cabezas de ganado.
3. La leche que producen es de baja calidad, por tal motivo solo pueden vender su producto a los queseros del sector esto se debe a que no cuenta con un centro de acopio que facilite la adecuada recolección de la leche y por ende esta mantenga sus propiedades y se de calidad para venderse a las grandes pasteurizadoras
4. Actualmente la mayoría de los productores entregan su leche a queseros o piqueros solo un 4% de los productores entregan su leche a una empresa de lazo
5. La ayuda que le brindamos como técnicas del MAG en el Cantón Chambo es de guiar en el proceso de alimentación, crianza, reproducción del ganado, porque se mantiene un acuerdo con algunos productores los actuales han recibido por parte del gobierno a través del MAG ganado internacional y se debe mantener la genética de este porque este ganado brindara una leche de mejor calidad

## **Anexo 2: Fotos**

**Foto N°05** Reunión con los productores de leche



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°06 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°07 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°08 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*



*Foto N°09 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°10 Productores de leche*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°11 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°11 Encuestando a los productores*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*



**Foto N°12 Encuestando a los productores**



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

**Foto N°13 Encuestando a los productores**



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*

*Foto N°12 Productores de leche*



*[Fotografía de Genesis Ojeda & Pamela Hinojosa] (Chambo, 2017)*